2006 Annual Report

Continuous Improvement

Devon Store - Then & Now

Board of Directors

Maurice Bastarache
Director

Elizabeth Fairley
Corporate Secretary

Belinda Thebeau
Director

Larry Jackson
Chairperson

Barbara Winsor
President & CEO

Jean-Guy Marquis
Vice-Chairperson

Gisele Basque-Roy
Director

Bayne MacMillan
Director

Senior Management

Rick Smith
Vice-President & CFO

Mike O'Brien
Vice-President
Supply Chain
& Facilities

Jack Dorcas
Executive
Vice-President

Barbara Winsor
President & CEO

Jane Washburn
Vice-President
Human Resources
& Labour Relations

Brad Cameron
Vice-President
Sales & Marketing

Fred Steeves
Vice-President
Store Operations

nb
alcool • liquor

ISSN 0704-2574

2008-05016/

Annual Report 2006

Honourable Jeannot Volpé
Minister of Finance
Province of New Brunswick
Fredericton, NB

Sir:

In compliance with Section 20 of the New Brunswick Liquor Corporation Act, I am pleased to submit the Annual Report of the New Brunswick Liquor Corporation for the fiscal year ended March 31, 2006.

Respectfully submitted,

Larry A. Jackson
Chairperson
Board of Directors

President's Message

I am pleased to report that fiscal 2005-2006 represented our ninth consecutive year of record sales and returns to Government and the people of New Brunswick. Sales increased by more than $13 000 000 to over $344 000 000 due to volume growth in all categories, except for "other beverages". Payments to the province exceeded $123 000 000 and we are pleased to state that we continue to be a top revenue generator for the province. I wish to thank all our staff for their dedication and hard work which enabled the Corporation to have another successful year.

This year represents the third of our five-year strategic plan, developed in late 2002. Our plan has served us well by guiding our growth path and our focus throughout the three years. Most items in our business plan for 2005-2006 were completed as outlined in this report. The others have all been incorporated into revised departmental plans to be completed in the next fiscal year.

This Annual Report, entitled Continuous Improvement, outlines many of the changes that were made during the year to improve our operations.

ANBL has a new and improved look and floor plan. New décor standards were used in all major construction and renovation projects undertaken during the year. We also started the implementation phase of the point-of-sale system and equipment replacement project, which will be completed during the next fiscal year. Major improvements in supply chain management were implemented resulting in direct cost savings and improved efficiencies.

ANBL proudly accepted the Opimian Society's *Liquor Board of the Year* award for the second consecutive year. We also received an award from the Canadian Vintners Association for our dedication and effective support for Canada's wine industry.

One major challenge in the coming years for ANBL will be managing our way through a mass exodus of experienced employees due to retirements. We hired a new Vice-President of Human Resources this year who helped us take steps in 2005-2006 to prepare us to take on this challenge. This is a multi-year endeavor.

It is important to ANBL that we market our products in a socially-responsible manner and also to be part of the communities in which we work. Numerous initiatives are outlined in this report that demonstrate our growing participation in this area. In the last year we challenged 160 000 people who appeared under the age of 25 or under the influence of alcohol and refused service to 5 500 of them.

I want to thank our Board of Directors for their on-going guidance and support. This organization will continue to improve and move forward in the following areas: improved customer service and operational efficiency, enhanced product selection, upgraded and modernized stores, optimized profitability and technological change.

Barbara Winsor

Barbara Winsor
President & CEO

The Year in Review

Alcool NB Liquor continued implementation of the five-year strategic plan during 2005-2006. Our mission, "to be the best beverage alcohol retailer in Canada," again remained at the forefront of all of our decisions.

To achieve our mission, we are committed to:

- optimizing profit for our shareholders,
- responding to our customers' needs through the delivery of products and services in a progressive and responsible manner,
- employing friendly, knowledgeable and efficient staff as a key to our success, and
- promoting responsible use of our products and compliance with legislated obligations.

Five-year goals have been set to help us meet our commitments:

- to deliver $600 million to the Province of New Brunswick through innovative retailing and efficiency of operations,
- to create a culture of continual improvement within the Corporation,
- to attain 100% customer satisfaction,
- to retain friendly, knowledgeable and efficient staff, and
- to become the recognized leader for delivery of responsible use beverage alcohol programs in the province.

• To deliver $600 Million to the Province of New Brunswick through innovative retailing and efficiency of operations

Our Supply Chain department spearheaded an inventory management initiative this year that gave increased focus to the replenishment needs of the Corporation. With this system in place, all the information needed to enhance our in-stock position of core products, while efficiently managing our wide range of specialty products, is readily available. This department is now two years old and continues to generate significant improvements in the overall management of the supply chain network and in delivering service enhancements to ANBL stores and agents.

The overseas ocean freight forwarding & consolidation service was formalized and subsequent contracts were awarded. In 2005-2006 ANBL realized savings of over $300 000 and recently exercised the option year of the contract for 2006-2007. Along with the freight savings, the overall ocean transit times have been reduced for products an average of 7-10 days and visibility into the global supply chain network has greatly improved.

Many of our Supply Chain and Sales & Marketing staff members are shown above attending a multi-jurisdiction category management training session.

Other noteworthy public tender contracts were awarded for inbound Canadian freight services and for outbound freight delivery to ANBL stores and agents. There have been challenges with respect to freight rates, particularly the fuel surcharge, which have resulted in increased expenses. Supply Chain will focus on leveraging trailer load capacities to gain further efficiencies in 2006-2007.

Key Performance Indicators (KPI) for the Corporation were implemented during the year, as outlined elsewhere in this report. Our KPI are expected to assist management and the Board in monitoring results and becoming more proactive in addressing changes in our marketplace.

During the year, $123 159 923 was transferred to the government from our revenues and we are now well ahead of our goal of $600 million over five years. Significant efforts were put into achieving two other on-going targets: direct expenses < 11% of sales (actual was 10.98%) and net income > 35% of sales (actual was 36.65%).

• To create a culture of continual improvement within the corporation

The culture of continual improvement is evident in the design and presentation of ANBL's newest outlets. Customer convenience is clearly at the forefront in recently-opened corporate stores on Mountain Road (Moncton) and Devon Park (Fredericton). The Devon Park store has come a long way since it first opened its doors in 1969. At that time it was leading the way as the first self-serve liquor store in Canada.

Years of design improvements have been combined with a new look interior and exterior décor. The new Devon Park store's interior, as shown later in this report, is finished with appealing colors and decorative features all focused on improving the overall shopping experience. The interior of the store is laid out with a "circular" flow so that all products are prominently displayed to customers. The stylish signage is well lit and prominently located, and the exterior design is modern and inviting. The new Devon Park store is a prime example of how future new and renovated locations will look, including soon-to-open outlets in Edmundston, Grand Falls and Fredericton.

The point-of-sale project team was hard at work during this fiscal year preparing for the implementation phase of the project, set to be completed in 2006-2007

Additional capital investment included the purchase of material handling equipment for eight outlets, and exterior signage upgrades in Quispamsis, Hampton, Sackville, Riverview, Dieppe, Elmwood Drive (Moncton), Westwind Place (Saint John) and Bathurst. The Neguac and Grand Bay stores were also renovated. The availability of chilled product offerings was greatly enhanced with the installation of walk-in "cold rooms".

The aforementioned new signage and interior color and decorative designs were rolled out at the head office in Fredericton. In addition, seven agency store exterior signage packages were upgraded to the new standards. The intent is to have all corporate stores converted by the end of the 2008-2009 year, and all agents a year later.

The head office and central warehouse complex was built in 1974. It has been well maintained over the years and continues to serve the corporate space and operational needs. However, as with all buildings, over time certain remedial work must be undertaken. This past year, the final phase of the structural repairs to the warehouse floor was completed. The warehouse truck entrance and exit to the loading bay area were widened to accommodate the wider transport trailer dimensions of today.

The heating plant was converted to natural gas, and as a result the boiler emissions and total operating costs have both been reduced. This is in keeping with the Province of New Brunswick's "Greening of Government" initiative and the Premier's stated objective of having New Brunswick realize the greatest reduction in air and water pollution in Canada within five years.

Three new battery-operated order pickers were purchased for the central warehouse material handling fleet. The fleet has been added to and enhanced in recent years to keep pace with the ever-increasing demands related to product receipt and shipment. The warehouse operations team handled in excess of 4 100 000 cases during the year, which corresponds to an improvement of over 12% in productivity over the past fiscal year.

The warehouse picking and fulfillment accuracy, at over 99.7%, facilitated the discontinuation of order verification at the stores. Significant casual wage savings were realized as a result. The warehouse breakage results were less than 0.08% of total cases handled. Measurement of product "in stock" was 98.49% or 1.51% out of stock, a result that would be envied by most retailers. Other noteworthy benchmarking and reporting measures implemented during the year include warehouse inventory turnover rates and on-time transport delivery performances.

Development of the next generation of the point-of-sale system progressed in accordance with the project plan and budget. While implementation will not proceed until the second quarter of 2006, the efforts and achievements of the project team during 2005-2006

were quite remarkable. Infrastructure, communications, payment systems and hardware & software components have been molded into a comprehensive system that will deliver improved service to our in-store customers, licensed establishments, agents and internal users. A new receivable system for agents was developed for launch with the new point-of-sale system. This will centralize the shipment, invoicing and subsequent payment of orders for agents and allow for one-on-one contact with Agents and more careful and consistent monitoring of their orders.

ANBL also entered into the final stages of conversion to the Universal Product Code (UPC) standards for beverage alcohol identification, both at the consumer and shipping container levels. Corporate information systems were upgraded to capitalize on UPC process improvement opportunities. Final preparations were completed for implementation of UPC-driven retail systems and total elimination of legacy product identifiers. This major conversion effort clears the way for process improvement throughout the organization. Consumers will benefit through enhanced product availability, and increased speed and accuracy of transaction processing. Profitability will be positively impacted through retail transaction cost containment.

Head office computers were upgraded to improve user access to applications. The network bandwidth to our central network was also improved. The system architect/business analyst role was re-instituted and improvements have been made in asset management as well.

Introduction of the new point-of-sale system, along with discontinuation of Debit/Credit data transmission through regular Datapac, has resulted in a complete review of network infrastructure and the conceptualization of new designs. All components involved in providing reliable transmissions have been evaluated, and many changes necessary for our networks to provide timely accessibility, redundancy and elimination of single points of failure have been implemented as a result. The introduction of new components like radio frequency and wireless devices for our stores necessitated a complete threat and risk analysis, which was provided by a recognized external security firm.

Additions to the ANBL intranet in the past year included updates to the timesheet entry application, an improved method of obtaining bin labels, a festival brand management system and access to several financial and personnel-related reports and processes.

A new system was implemented for receiving invoices from the breweries via EDI and loading them directly into the payment system - thereby eliminating significant manual intervention. A new system was also implemented at the end of the year to process payments to our foreign suppliers. This new method is expected to significantly reduce staff time required to process these payments while also achieving a quicker turnaround for our trading partners.

• To attain 100% customer satisfaction

A cross-Canada review of liquor jurisdiction retail networks and their financial performance was concluded during the year. Our analysis revealed that ANBL compares favourably to other jurisdictions in most service and financial areas. As such, retail channels in New Brunswick will remain unchanged for the foreseeable future.

The combined impact of new outlets, facility upgrades, improved signage and décor, expanded store hours and revamped product positioning announced the arrival of the new and improved ANBL! Feedback from consumers and industry partners has been extremely positive. Our goal of attaining 100% customer satisfaction is definitely within reach. It was with pride that we received the Opimian Society's *Liquor Board of the Year* award for the second consecutive year. It speaks volumes about the contribution of many Corporation employees that serve this important customer segment. The Corporation was also honoured to be presented, this year, with an award from the Canadian Vintners Association for our support of Canada's wine industry.

Our President and members of our Supply Chain department were proud to receive the Opimian Society's 2005 Liquor Board of the Year award from members of the Society.

ANBL demonstrated its commitment to revitalizing the spirits sector by enthusiastically supporting a major initiative of Spirits Canada. "National Spirits Month" was celebrated in October 2005 through improved in-store product visibility, promotions, cocktail recipes, and contests. This promotion helped the Corporation achieve its spirits sales targets for the year, but more importantly succeeded in focusing the organization on its most profitable product category. The "Experience the World of Spirits" promotion consisted of large, impactful spirit displays, along with a national contest. Response to the contest was extremely positive,

with the majority of Canadian entries being completed by customers within this province, and ultimately a New Brunswicker was a major prize winner. ANBL was very proud to have been recognized as the organization having the best execution and most positive results associated with this national promotion. National Spirits Month was just one component of a revamped marketing plan for this important industry sector. Another significant improvement was implementation of product presentation standards in all corporate stores. This assures a higher visibility of spirits and stands as a major achievement for the organization in 2005-2006.

The presentation of our products in an orderly, customer-friendly fashion is a corporate priority. A "planograms" program has been utilized to varying degrees in all 51 outlets, with a goal of having all corporate stores completed within the next fiscal year. We are committed to continually monitor and improve shelf layouts with customer requirements being the key focus.

Our consumers' knowledge base was further enhanced during the year by a weekly column in a provincial newspaper with an emphasis on wine, and regular appearances by staff on local and Atlantic area television shows.

The Agency network consisted of 71 outlets, of which 16 new and renewed contracts were awarded. Communities impacted were: Grande-Anse, Cambridge Narrows, Belledune, Balmoral, Arthurette, Bay du Vin, Richibucto-Village, Sainte-Anne-de-Madawaska, Memramcook, Hartland, Centreville, Welsford, Harcourt, Nackawic, Barnesville, and Campobello.

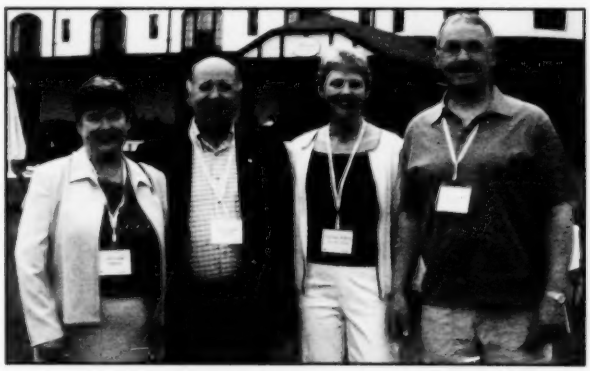
In addition, Manufacturer Agency agreements were signed in: St. Stephen, Pennfield Ridge, Moncton, Springfield, Fredericton, Baie Verte, Scoudouc, Memramcook, and Gagetown.

We consulted with our agency store partners in the development of a major supply chain systems upgrade. When fully implemented in 2006, agent order placement will be converted to the Internet, and payment processing for direct-to-agent stock deliveries will become a centralized function. This significant development effort by the Information Systems team will greatly improve efficiency of operations and information flow within ANBL.

• To retain friendly, knowledgeable and efficient staff

For the first time in seventeen years, ANBL introduced new members to the Senior Management Team: Vice-President, Sales and Marketing and Vice-President, Human Resources, both of whom joined the organization in January 2006. The two departments are currently undergoing organizational and operational reviews in support of ANBL's strategic direction.

The past year brought forth a milestone in ANBL's Labour Relations. A five-year extension to our present contract was effectively negotiated prior to the renewal date - another indication of the continued success and strong mindset of cooperation within the Labour Management Committee. Both grievances received during the fiscal year were resolved without requiring arbitration.



ANBL hosted the annual meeting of the Canadian Association of Liquor Jurisdictions in St. Andrews in the summer of 2005.

ANBL held 53 job competitions, more than double the previous year, largely due to retirements, promotions and internal transfers.

A system was deployed to track employee training levels and strategically upgrade skills through in-store training, rotation of duties and on-the-job opportunities. A number of different training programs were offered to promote employee self-development, resulting in a more skilled and confident workforce, which is essential in optimizing customer service. Through the cooperative efforts of bargaining unit representatives and Human Resources personnel, along with the enthusiastic support of store employees, ANBL established new retail employment standards during the year. This assures our customers that today's and tomorrow's staff will be qualified retail associates with expertise in the products and services offered by ANBL. A majority of our employees have either completed or are currently enrolled in the Retail Sales Associate and Retail First Level Manager courses sponsored by the Retail Council of Canada.

Product knowledge training continues to be a focus, with an increased emphasis on food & wine pairing and mixology. Employees have continued their involvement in three of ANBL's product knowledge courses, and participated in several in-house and outsourced training seminars, including one on mixology. ANBL is also pleased to have three employees who have now been certified as Sommeliers.

Other training initiatives included second language training, computer programs, forklift safety, first aid/CPR and orientation manual testing.

We continually strive to provide bilingual service to our customers in accordance with our responsibility under the New Brunswick *Official Languages Act*. Our ability to offer services in the language of the customer's choice was enhanced through a combination of recruitment and training. No complaints were received during the year regarding language of service.

To promote employee wellness, regional "Wellness Fairs" were held in Fredericton, Saint John and Moncton. The annual flu shot clinic was a success again this year, with a good turnout of employees.

Alcool NB Liquor continues to boast a healthy employee turnover rate of five percent. This will become more of a challenge in the coming years with the demographic makeup reflecting a large number of employees who will be eligible for retirement. The associated employment issues and need for an effective succession strategy contributed to a total realignment of the Human Resources department this year. It is projected that 50% of today's employees will enter their retirement eligibility period in the next five years.

• To become the recognized leader for delivery of responsible use beverage alcohol programs in the province

Educating our customers on responsible use of beverage alcohol remained the overriding objective of ANBL's social responsibility programming this past year. Accordingly, we expanded our traditional "Don't Drink and Drive" messaging in 2005-2006 by launching an off-road vehicle program. Snowmobile, all-terrain vehicle and boating enthusiasts were the target of an educational program delivered using radio and television advertisements and supported by a series of in-store posters. ANBL spearheaded this national off-road campaign on behalf of and in conjunction with other Canadian liquor jurisdictions.

ANBL and CUPE Local 963, bargaining agent for ANBL unionized employees, joined forces once again to sponsor a series of "Don't Drink and Drive" television advertisements during the Holiday Season.

Keeping alcohol out of the hands of our youth is a serious issue for the employees of our retail establishments. To assist our employees in this regard we continued to invest in and utilize technology in the form of ID Terminals to deter sale of beverage alcohol to minors. These devices determine from drivers permits the age of the permit holder. In conjunction with visual identification and other supporting documentation required by our Check 25 program, we refused to sell to 5 500 individuals this past year. The Check 25 program alerts all young adults to have identification in order to be guaranteed service. Over 160 000 clients were asked for proof of legal age in 2005-2006. We also continued to work cooperatively with the Executive of CUPE Local 963, high school administrators and special interest groups to keep alcohol from our youth. This included a MADD Christmas Card program and support for bag colouring initiatives, both of which effectively delivered the "Don't Drink and Drive" message to consumers.

Employees of ANBL joined with industry partners for the eighth annual Charity Golf Tournament in support of NB Association of Community Living. Over $15 000 was raised for this very worthy cause, bringing to $130 000 the total contribution to charitable causes through this means.

We continued to build upon established relationships and provide financial support to the Association of NB Food Banks, Crime Stoppers and the Muriel McQueen Fergusson Centre for Family Violence Research. In addition, the Corporation and its customers provided financial support to a variety of charitable organizations through the Donation Box programs, including raising $10 000 for victims of hurricane Katrina.

CORPORATE GOVERNANCE

The Audit Committee of the Board was established to assist the Board in its oversight responsibilities with respect to:

- the quality and integrity of financial information,
- the Independent Auditor's performance, qualifications and independence,
- the performance of the Corporation's internal audit function, and
- the Corporation's compliance with legal and regulatory requirements.

This marked the first full year of the Committee and its mandate. The annual Internal Audit Plan for 2005-2006 was approved by the Committee and a recurring quarterly reporting cycle was completed. The Internal Audit section continued to expand areas of audit coverage and enhance the program to better meet its goals and objectives.

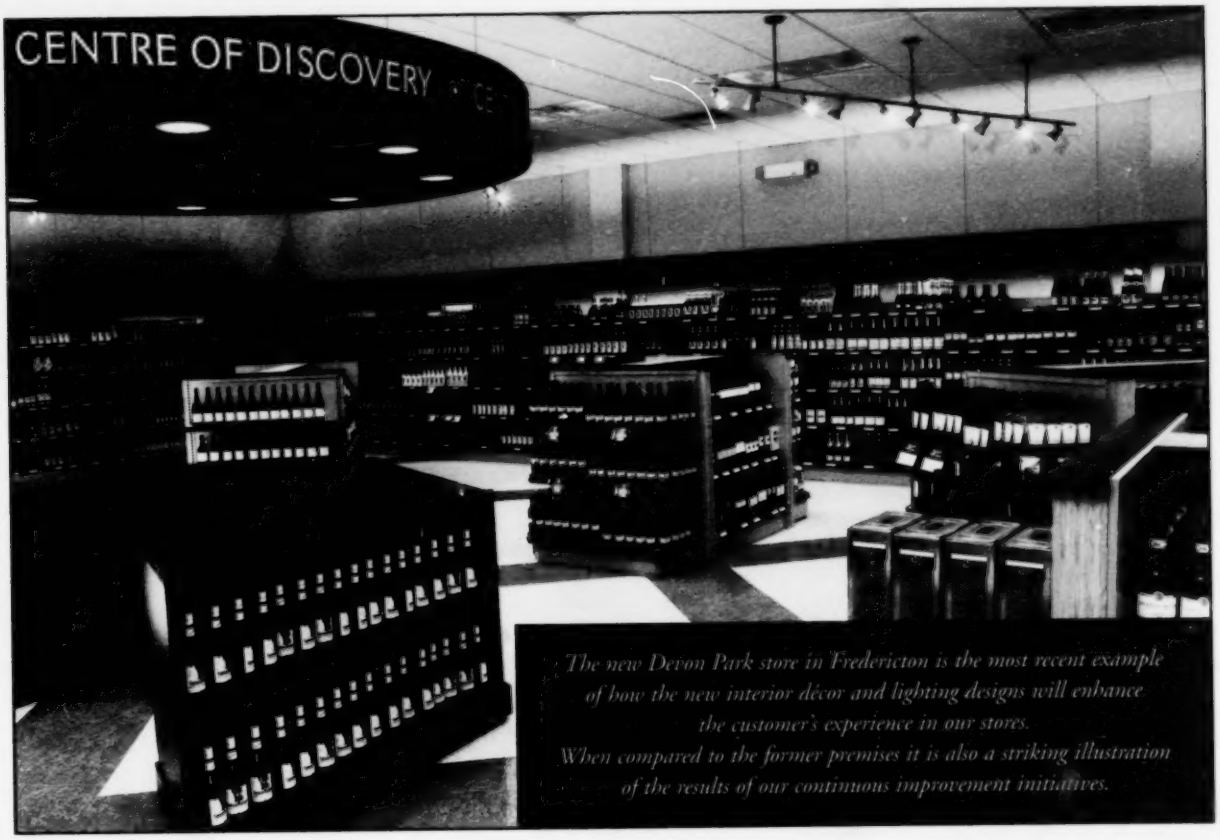
Security Services in conjunction with Store Operations and Internal Audit worked closely in an effort to minimize shortages of the Corporation. Despite an ever-challenging environment, ANBL once again realized exceptional results in shortages. To further support efforts to combat pilferage and more importantly to provide extra protection to employees and customers, the ANBL camera surveillance systems will be upgraded provincially early in the upcoming year.

The Corporation tendered for external audit services under the guidance and direction of the Audit Committee during the year. The firm of Grant Thornton LLP was successful in the tender process and was named auditor of record as a result.

Risk management remained a priority as significant work was completed to update the Disaster Recovery Plan, and a review of the adequacy of insurance coverage was conducted.

ANBL's accountability to the Government of New Brunswick and the people of the province is reinforced through a variety of requirements. The annual report is tabled in the Legislature and made available online at www.anbl.com. Our records are open to public scrutiny under the *Right to Information Act*. As well, Board of Management must approve all outlays and expenditures of a capital nature in excess of $100 000 in advance.

ANBL has now completed three years of its five-year strategic plan. Most of the goals and targets set out in the plan have been met or exceeded to date. We are well positioned to meet the significant challenges of the future head-on and feel confident that past successes will continue with the diligent efforts of our workforce and valuable guidance of the Board of Directors.



The new Devon Park store in Fredericton is the most recent example of how the new interior décor and lighting designs will enhance the customer's experience in our stores. When compared to the former premises it is also a striking illustration of the results of our continuous improvement initiatives.

Key Performance Indicators

Strategic Goal	Performance Measurement	2006 Target	2006	2005
To deliver $600 million to the Province of NB through innovative retailing and efficiency of operations	Net income as a percentage of sales	36.00%	36.65%	36.80%
	Sales per public customer	$24.32	$24.80	$24.09
To create a culture of continual improvement within the Corporation	Total expenses as a percentage of sales	11.28%	11.14%	11.14%
	Warehouse inventory turnover rate		6.80 times	6.91 times
	Warehouse shipping accuracy rate	99.50%	99.72%	99.50%

Operational Information

	2002	2003	2004	2005	2006
Number of ANBL Stores	49	49	49	50	51
Number of Agency Stores	72	73	72	72	71
Number of ANBL permanent employees	359	373	393	399	388
Number of regular listed products	1614	1813	1956	2125	2245

Consumption Data *(Drinking Age)*

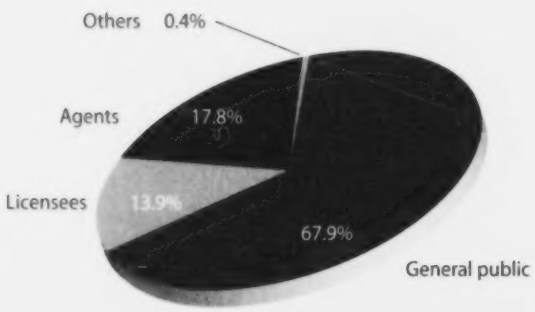
2006				2005		
Total Litres	Litres Per Capita	Sales Per Litre		Total Litres	Litres Per Capita	Sales Per Litre
2 879 915	4.87	$27.14	Spirits	2 860 829	4.86	$26.33
4 356 636	7.37	10.71	Wine	4 077 310	6.93	10.62
2 885 293	4.88	6.52	Other beverages	2 935 974	4.99	6.46
51 152 414	86.49	3.92	Beer	50 603 071	86.01	3.82

Remittances to Governments

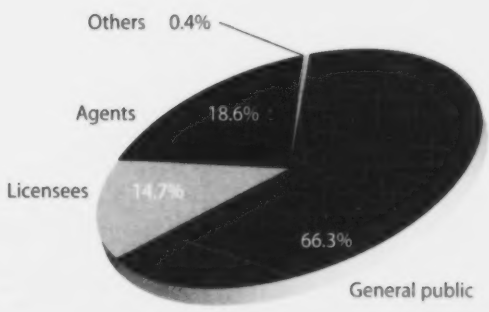
	2006	2005
Province of New Brunswick		
Payments from net income	$ 123 159 923	$ 122 702 556
Environmental Trust Fund	1 417 832	1 250 269
Property taxes	371 426	374 711
	124 949 181	124 327 536
Government of Canada		
Harmonized Sales Tax	27 131 134	26 298 255
Excise tax and customs duties	15 169 763	14 943 394
	42 300 897	41 241 649
	$167 250 078	**$165 569 185**

Sales by Source

2006

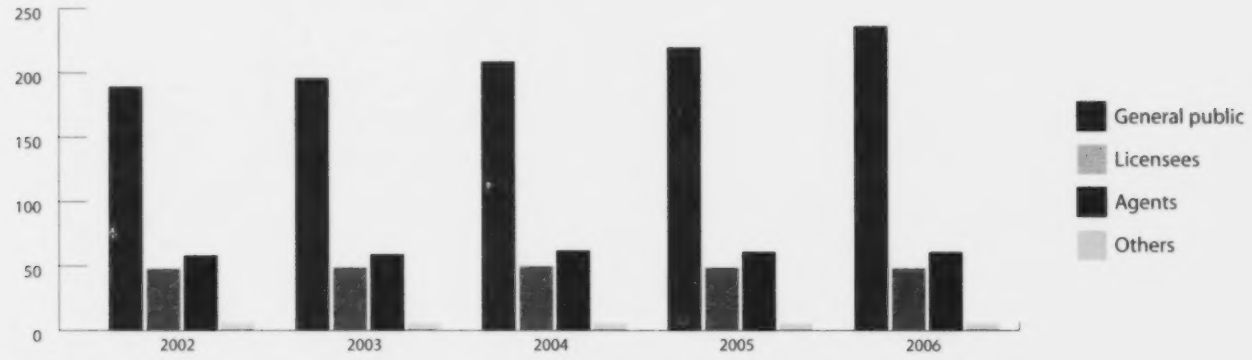


2005



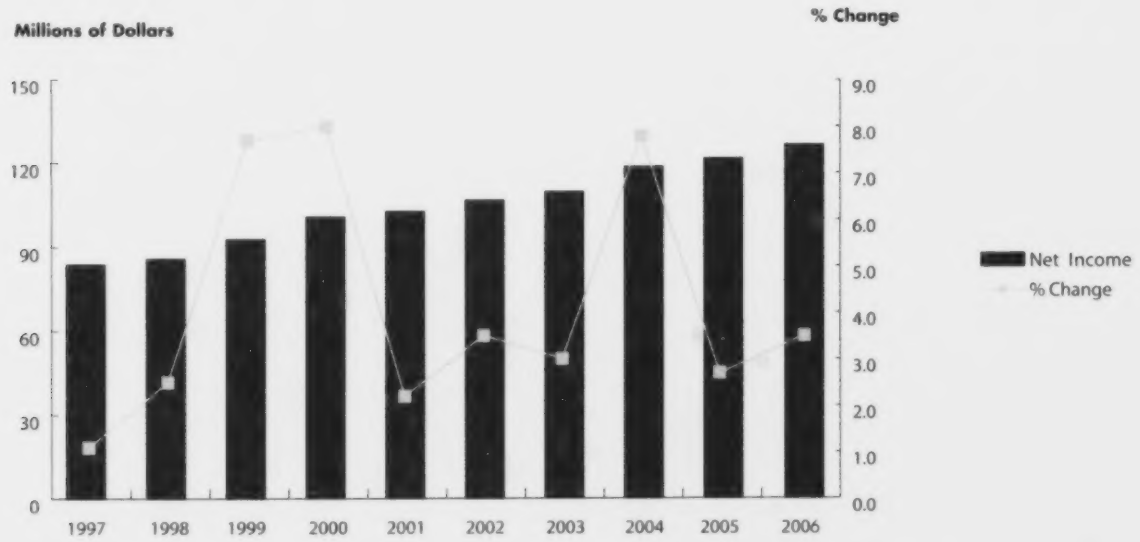
	2006		2005	
General public	$ 233 547 646	67.9%	$ 219 654 583	66.3%
Licensees	47 932 516	13.9	48 721 487	14.7
Agents	61 422 612	17.8	61 479 585	18.6
Others	1 204 270	0.4	1 194 180	0.4
	$ 344 107 044	**100.0%**	**$ 331 049 835**	**100.0%**

Sales by Source (millions of dollars)



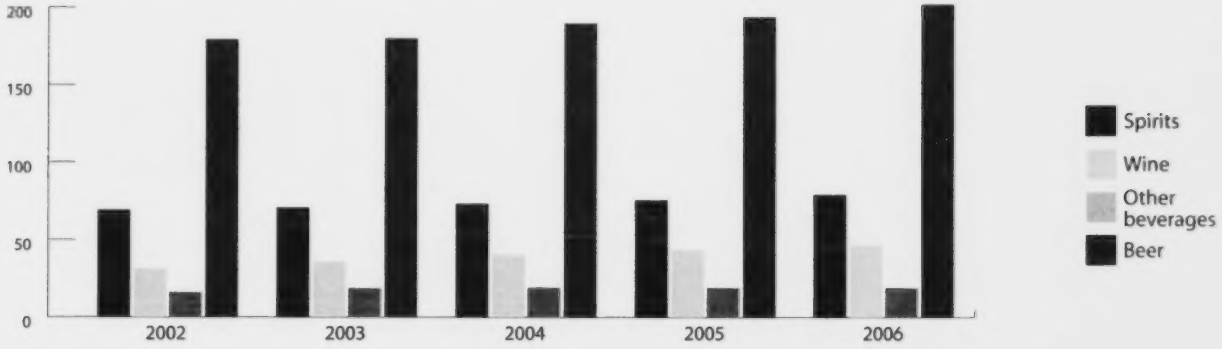
	2002	2003	2004	2005	2006
General public	189	196	209	220	234
Licensees	48	49	50	49	48
Agents	58	59	62	61	61
Others	1	1	1	1	1

Net Income Information



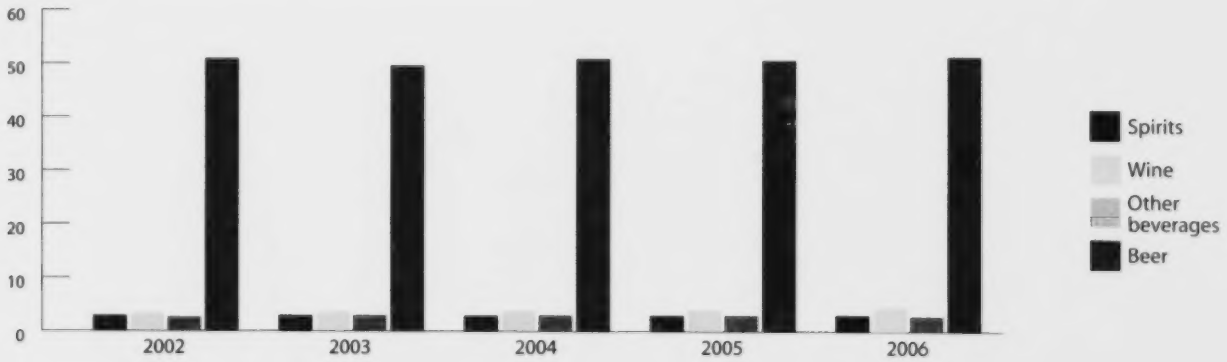
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Net Income (millions of dollars)	84	86	93	101	103	107	110	119	122	126
% Change	1.1	2.5	7.7	8.0	2.2	3.5	3.0	7.8	2.7	3.5

Total Sales (millions of dollars)



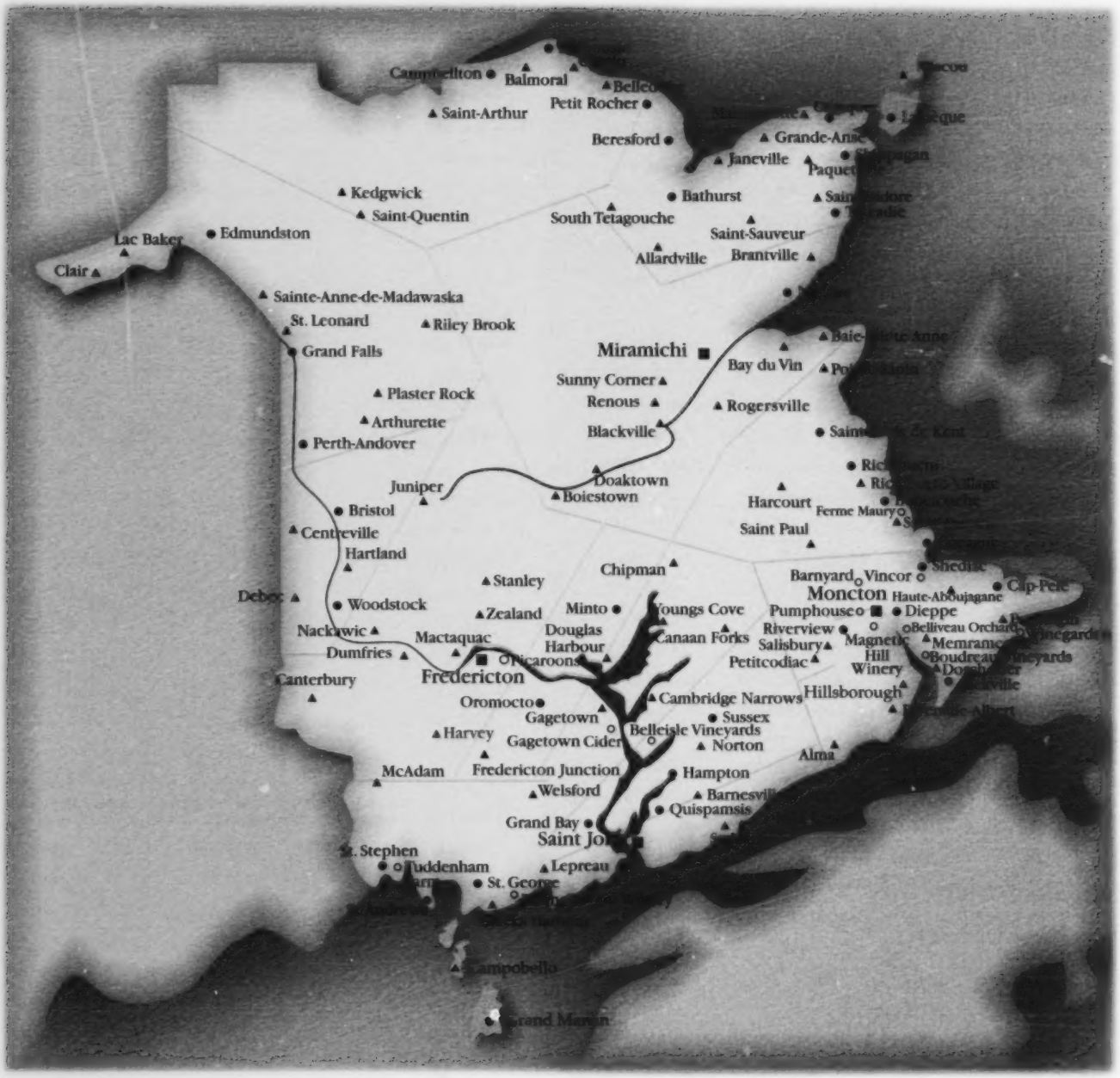
	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	Total	% Change (yearly)
2002	69.1	31.7	16.0	179.1	295.9	5.5%
2003	70.5	35.9	18.7	179.9	305.0	3.1%
2004	73.0	40.2	19.2	189.5	321.9	5.5%
2005	75.3	43.3	19.0	193.4	331.0	2.8%
2006	78.2	46.7	18.8	200.4	344.1	4.0%

Litres Sold (millions of litres)



	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	Total	% Change (yearly)
2002	2.83	3.40	2.59	50.86	59.68	4.0%
2003	2.83	3.69	2.92	49.56	59.00	-1.1%
2004	2.84	3.85	2.95	50.85	60.49	2.5%
2005	2.86	4.08	2.94	50.60	60.48	0.0%
2006	2.88	4.36	2.89	51.15	61.28	1.3%

Store Locations



- ● Retail Store
- ▲ Agency Store
- ○ Manufacturer's Agency Store
- ■ Multiple Locations

Store Locations

- ● Retail Store
- ▲ Agency Store
- ○ Manufacturer's Agency Store
- ■ Multiple Locations

Store Sales by Location

Location	Public	Licensee	Total
Bathurst (4)	$ 9 548 255	$ 1 402 850	$ 10 951 105
Beresford	2 689 078	274 380	2 963 458
Bouctouche (2)	4 595 133	417 593	5 012 726
Bristol (2)	3 416 191	276 147	3 692 338
Campbellton (1)	3 018 355	848 805	3 867 160
Cap-Pelé	2 448 457	152 724	2 601 181
Caraquet (3)	6 517 404	1 039 591	7 556 995
Cocagne	1 596 398	206 868	1 803 266
Dalhousie (3)	5 382 482	495 451	5 877 933
Dieppe	13 842 260	4 517 590	18 359 850
Edmundston (3)	9 025 756	2 353 779	11 379 535
Fredericton City			
Brookside Mall (3)	11 527 794	4 213 666	15 741 460
Devon Park (3)	3 752 746	513 965	4 266 711
King Street	6 329 001	895 611	7 224 612
Prospect Street	13 209 311	1 785 672	14 994 983
Smythe Street	4 687 773	–	4 687 773
Total Fredericton Stores	39 506 625	7 408 914	46 915 539
Grand Bay (2)	4 084 879	301 327	4 386 206
Grand Falls (4)	8 981 753	1 093 898	10 075 651
Grand Manan	1 228 058	93 931	1 321 989
Hampton (1)	4 765 961	182 315	4 948 276
Lamèque (1)	1 867 664	129 424	1 997 088
Minto (2)	3 306 130	150 790	3 456 920
Miramichi City			
Chatham (2)	5 912 761	640 051	6 552 812
Newcastle (3)	9 134 236	1 143 902	10 278 138
Total Miramichi Stores	15 046 997	1 783 953	16 830 950
Moncton City			
Elmwood Drive (1)	7 778 696	2 551 309	10 330 005
Main Street	1 021 990	–	1 021 990
Moncton North	4 376 844	202 558	4 579 402
Mountain Road (1)	10 014 462	3 261 744	13 276 206
St. George Blvd.	4 588 731	682 916	5 271 647
Total Moncton Stores	27 780 723	6 698 527	34 479 250

Location	Public	Licensee	Total
Neguac	$ 2 269 766	$ 308 066	$ 2 577 832
Oromocto (2)	8 585 707	1 201 399	9 787 106
Perth-Andover (2)	3 754 269	312 844	4 067 113
Petit Rocher	2 804 537	279 585	3 084 122
Quispamsis (1)	9 532 447	548 718	10 081 165
Richibucto (3)	6 183 269	660 474	6 843 743
Riverview (4)	10 881 255	1 758 466	12 639 721
Sackville (2)	5 722 204	580 204	6 302 408
Saint John City			
King Street	2 099 983	263 074	2 363 057
Lansdowne Place	6 662 372	1 728 136	8 390 509
Parkway Mall (1)	11 199 519	2 167 866	13 367 385
Prince Edward Sq.	4 070 853	1 396 323	5 467 176
Westwind Place	7 852 531	1 996 077	9 848 608
Total Saint John Stores	31 885 258	7 551 476	39 436 734
St. Andrews	1 893 923	615 320	2 509 243
St. George (1)	3 514 236	175 634	3 689 870
St. Stephen (2)	5 595 746	455 496	6 051 242
Saint-Louis de Kent (1)	1 835 356	115 201	1 950 557
Shediac (1)	6 644 293	833 577	7 477 870
Shippagan	2 784 772	296 822	3 081 594
Sussex (3)	6 878 046	685 860	7 563 906
Tracadie (2)	7 076 947	852 307	7 929 254
Warehouse	1 609 194	28 417	1 637 611
Woodstock (5)	8 074 744	843 793	8 918 537
TOTAL	**$296 174 528**	**$47 932 516**	**$344 107 044**

(#) Indicates number of agents at this location

Agent Sales by Location

Agency Location	ANBL Location	Sales
Allardville	Bathurst	$ 656 154
Alma	Riverview	448 025
Arthurette	Perth-Andover	368 676
Baie-Sainte-Anne	Chatham	787 473
Balmoral	Dalhousie	1 434 650
Barnesville	Quispamsis	909 184
Bay du Vin	Chatham	517 127
Belledune	Dalhousie	1 232 204
Blacks Harbour	St. George	1 082 333
Blackville	Newcastle	870 499
Boiestown	Devon Park, Fredericton	593 402
Brantville	Tracadie	1 564 804
Cambridge Narrows	Sussex	818 615
Campobello	St. Stephen	228 076
Canaan Forks	Sussex	159 361
Canterbury	Woodstock	385 178
Centreville	Bristol	1 028 913
Charlo	Dalhousie	929 872
Chipman	Minto	1 231 213
Clair	Edmundston	706 364
Debec	Woodstock	481 582
Doaktown	Devon Park, Fredericton	783 900
Dorchester	Sackville	338 018
Douglas Harbour	Minto	526 924
Dumfries	Woodstock	592 472
Fredericton Junction	Oromocto	1 113 544
Gagetown	Oromocto	633 502
Grande-Anse	Caraquet	825 253
Harcourt	Richibucto	539 993
Hartland	Woodstock	1 391 473
Harvey	Devon Park, Fredericton	1 058 207
Haute-Aboujagane	Shediac	807 504
Hillsborough	Riverview	946 382
Janeville	Bathurst	418 473
Juniper	Bristol	432 471
Kedgwick	Grand Falls	1 185 981
Lac Baker	Edmundston	324 976
Lepreau	Grand Bay	$ 1 003 523
Mactaquac	Brookside Mall, Fredericton	1 602 393
Maisonnette	Caraquet	369 083
McAdam	St. Stephen	534 723
Memramcook	Elmwood Drive, Moncton	1 808 718
Miscou	Lameque	388 148
Nackawic	Woodstock	1 197 303
Norton	Hampton	1 522 169
Paquetville	Caraquet	1 908 055
Petitcodiac	Mountain Road, Moncton	1 723 308
Plaster Rock	Perth-Andover	1 164 023
Pointe-Sapin	Saint-Louis de Kent	320 170
Port Elgin	Sackville	1 739 926
Renous	Newcastle	896 837
Richibucto-Village	Richibucto	691 623
Riley Brook	Grand Falls	260 583
Riverside-Albert	Riverview	403 448
Rogersville	Richibucto	1 423 088
Saint-Antoine	Bouctouche	1 888 648
Saint-Arthur	Campbellton	341 006
Saint-Isidore	Tracadie	851 139
Saint Paul	Bouctouche	438 878
Saint-Quentin	Grand Falls	1 688 781
Saint-Sauveur	Bathurst	292 528
Sainte-Anne-de-Madawaska	Edmundston	752 211
Salisbury	Riverview	2 257 199
South Tetagouche	Bathurst	381 356
St. Leonard	Grand Falls	823 284
St. Martins	Parkway Mall, Saint John	621 130
Stanley	Brookside Mall, Fredericton	792 855
Sunny Corner	Newcastle	1 156 618
Welsford (*)	Grand Bay	71 646
Youngs Cove	Sussex	521 923
Zealand	Brookside Mall, Fredericton	1 032 732
Manufacturer Agents	Head Office, Fredericton	200 779
TOTAL		**$ 61 422 612**

(*) Agency store did not open for business until April 2006, but did purchase product at the end of March.

170 chemin Wilsey Road
PO Box / C.P. 20787
Fredericton NB
Canada E3B 5B8

tel. / tél. : (506) 452-6826
fax. / téléc. : (506) 462-2024
www.anbl.com

MANAGEMENT REPORT

The preparation of financial information is an integral part of management's responsibilities, and the accompanying financial statements are the responsibility of the management of the Corporation. This responsibility includes the selection of appropriate accounting policies and making judgements and estimates consistent with Canadian generally accepted accounting principles.

The Corporation maintains an accounting system and related controls to provide management and the Board with reasonable assurance that transactions are executed and recorded as authorized, that assets are properly safeguarded and accounted for, and that financial records are reliable for the preparation of financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Financial information presented elsewhere in this annual report is consistent with that in the financial statements.

Barbara Winsor

Barbara Winsor
President & CEO

Richard A. Smith, C.G.A., C.M.A.
Vice-President & CFO

May 26, 2006

Grant Thornton LLP
Chartered Accountants
Management Consultants

Grant Thornton

Auditors' Report

To the Directors of the
New Brunswick Liquor Corporation

We have audited the balance sheet of the **New Brunswick Liquor Corporation** at March 31, 2006 and the statements of income and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2006 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Our audit was conducted for the purpose of forming an opinion on the basic financial statements taken as a whole. The current year's supplementary information included in the schedules is presented for purposes of additional analysis and is not a required part of the basic financial statements. Such supplementary information has been subjected to the auditing procedures applied in the audit of the basic financial statements and, in our opinion, is fairly stated in all material respects in relation to the basic financial statements taken as a whole. The budget figures presented for comparison with the actual figures in the financial statements and supplemental schedules were approved by the Board of Directors, but have not been audited.

The financial statements as at March 31, 2005 and for the year then ended were audited by other auditors who expressed an opinion without reservation on those statements in their report dated June 6, 2005.

Grant Thornton LLP

Fredericton, New Brunswick
May 26, 2006

Grant Thornton LLP
Chartered Accountants

570 Queen Street
Fourth Floor
P.O. Box 1054
Fredericton, NB E3B 5C2
T (506) 458-8200
F (506) 453-7029
E Fredericton@GrantThornton.ca
W www.GrantThornton.ca

Canadian Member of Grant Thornton International

Balance Sheet

	MARCH 31	
	2006	2005
ASSETS		
Current Assets		
Cash	$ 940 596	$ 172 940
Accounts receivable	2 428 048	1 723 166
Inventories (note 1)	16 513 988	17 380 969
Prepaid expenses	463 446	497 216
Total current assets	20 346 078	19 774 291
Deferred Charges		
Deposit - injured workers (note 2)	737 920	784 820
Fixed Assets		
Property, plant and equipment (note 3)	11 825 845	10 518 060
Total Assets	**$ 32 909 843**	**$ 31 077 171**
LIABILITIES		
Current Liabilities		
Outstanding cheques in excess of funds on deposit		$ 1 867 026
Accounts payable and accrued liabilities (note 4)	$ 16 925 663	15 280 747
Current portion of pension liability	652 129	391 116
Total current liabilities	17 577 792	17 538 889
Long Term Debt		
Pension liability (note 5)	678 867	1 848 178
EQUITY OF THE PROVINCE OF NEW BRUNSWICK		
Balance at beginning of year	11 690 104	12 568 058
Net income	126 123 003	121 824 602
	137 813 107	134 392 660
Payments to the Province of New Brunswick	123 159 923	122 702 556
Balance at end of year	14 653 184	11 690 104
Total Liabilities and Equity	**$ 32 909 843**	**$ 31 077 171**

Commitments (note 6)

See accompanying notes to financial statements

APPROVED BY THE BOARD:

Director

Director

Income Statement

Year ended March 31

	Budget 2006	Actual 2006	Actual 2005
Total sales (note 7)	$ 345 392 315	$ 344 107 044	$ 331 049 835
Less: commissions	4 822 446	4 679 139	4 601 670
Net sales	340 569 869	339 427 905	326 448 165
Cost of sales	178 475 984	176 518 333	169 387 381
Gross profit	162 093 885	162 909 572	157 060 784
Other income	1 206 600	1 557 575	1 644 730
	163 300 485	164 467 147	158 705 514
Operating expenses	38 953 708	38 344 144	36 880 912
Net income	**$ 124 346 777**	**$ 126 123 003**	**$ 121 824 602**

See accompanying notes to financial statements

Statement of Cash Flows

Year ended March 31

CASH FROM OPERATIONS	**2006**	**2005**
Net income	$ 126 123 003	$ 121 824 602
Items not involving cash:		
Depreciation	1 916 040	1 753 376
(Gain) loss on sale of property, plant and equipment	12 043	(3 059)
Decrease in deposit - injured workers	46 900	16 744
Change in non-cash working capital	(26 241)	1 066 563
Decrease in pension liability	(908 298)	(268 113)
Cash available from operations	127 163 447	124 390 113
NET CAPITAL INVESTMENTS		
Additions to property, plant and equipment	(3 469 992)	(1 860 835)
Proceeds from sale of property, plant and equipment	234 124	17 748
Net cash used for capital investments	(3 235 868)	(1 843 087)
PAYMENTS TO THE PROVINCE OF NEW BRUNSWICK	(123 159 923)	(122 702 556)
INCREASE (DECREASE) IN CASH	767 656	(155 530)
CASH AT BEGINNING OF YEAR	172 940	328 470
CASH AT END OF YEAR	**$ 940 596**	**$ 172 940**

See accompanying notes to financial statements

SCHEDULE OF SALES

Year ended March 31

	Budget 2006	Actual 2006	Actual 2005
Spirits	$ 77 500 847	$ 78 165 020	$ 75 324 164
Wine	45 692 860	46 670 572	43 304 492
Other beverages	20 064 482	18 812 706	18 976 656
Beer	202 134 126	200 458 746	193 444 523
	$ 345 392 315	**$ 344 107 044**	**$ 331 049 835**

SCHEDULE OF COST OF SALES

Year ended March 31

	Spirits	Wine	Other beverages	Beer	2006 Total	2005 Total
Inventories at beginning of year	$ 5 605 736	$ 6 570 060	$ 1 123 765	$ 3 934 821	$ 17 234 382	$ 17 177 055
Purchases	18 356 044	16 100 459	7 832 357	115 261 232	157 550 092	151 873 319
Freight	656 780	1 473 505	465 126	270 352	2 865 763	2 627 995
Duty and excise tax	11 785 445	2 278 321	737 340	368 657	15 169 763	14 943 394
	36 404 005	26 422 345	10 158 588	119 835 062	192 820 000	186 621 763
Inventories at end of year	5 380 531	6 180 579	994 944	3 745 613	16 301 667	17 234 382
	$ 31 023 474	**$ 20 241 766**	**$ 9 163 644**	**$ 116 089 449**	**$ 176 518 333**	**$ 169 387 381**

SCHEDULE OF OTHER INCOME

Year ended March 31

	Budget 2006	Actual 2006	Actual 2005
Merchandising programs	$ 1 000 540	$ 1 179 445	$ 1 236 042
Private importation revenue	53 468	57 070	56 822
Commission on collection of licensee user fees	–	–	3 340
Beer voucher administration fees	18 000	16 100	16 104
Unredeemed beverage container deposits	90 360	110 431	95 964
Subscriptions to sales reports	11 200	8 515	11 230
Gain (loss) on sale of property, plant and equipment	(4 764)	(12 043)	3 059
Interest on deposit - injured workers	–	80 886	78 959
Sundry	37 796	117 171	143 210
	$1 206 600	**$1 557 575**	**$1 644 730**

SCHEDULE OF OPERATING EXPENSES

Year ended March 31

	Budget 2006	Actual 2006	Actual 2005
Salaries – stores, warehouse and maintenance	$ 15 351 321	$ 15 416 778	$ 15 034 024
– administration	3 814 890	4 018 315	3 724 772
Employee benefits	4 940 027	4 592 217	4 749 426
Rent	3 769 400	3 661 654	3 441 153
Heat and light	1 112 661	1 127 659	1 087 249
Depreciation	2 100 442	1 916 040	1 753 376
Training programs	176 249	165 163	149 003
Trucking	779 400	881 317	731 215
Repairs to property, plant and equipment	552 710	502 360	470 563
Property taxes	368 552	371 426	374 711
Minor equipment and supplies	742 918	587 582	593 526
Security	255 308	254 382	252 509
Retail automation system maintenance	256 090	268 083	259 755
Travel	332 924	266 220	283 460
Beverage container redemption costs	528 588	607 491	532 230
Shopping bags	280 246	303 755	271 641
Data processing	381 054	234 341	305 906
Telecommunications	562 627	550 951	547 161
Motor vehicle operation	44 290	50 331	48 307
Cleaning	231 100	180 329	184 854
Shortages	52 800	62 225	58 815
Management meetings	79 186	44 724	56 234
Postage	82 900	80 273	79 450
Professional services	238 996	322 368	196 209
Bank charges	1 206 730	1 308 637	1 183 485
Warehouse maintenance and supplies	61 530	68 475	51 189
Insurance	85 000	75 383	77 447
Advertising and promotions	348 993	284 476	254 477
Directors' remuneration	38 050	37 321	35 650
Other	178 726	103 868	93 115
	$ 38 953 708	**$ 38 344 144**	**$ 36 880 912**

Notes to Financial Statements

Year ended March 31, 2006

GENERAL

This Crown Corporation is incorporated under the New Brunswick Liquor Corporation Act and its primary business activity is the purchase, distribution and sale of alcoholic beverages throughout the Province of New Brunswick.

SUMMARY OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

Revenue Recognition

Revenue is recognized when goods are sold, all contractual obligations have been met and the amount is reasonably determinable.

Inventories

Inventory of goods for resale is valued at cost, which is lower than net realizable value. Inventory of supplies is valued at cost.

Deposit - Injured Workers

The cost of claims for employees injured prior to April 1, 2002 is being deducted from a deposit held in trust with the Workplace, Health, Safety and Compensation Commission and expensed as an employee benefit as incurred.

Property, Plant and Equipment

Property, plant and equipment are stated at cost. Depreciation is provided on the straight-line basis using the following annual rates:

Buildings	2½%
Paving	10%
Refrigeration equipment	10%
Software and services	10%
Retail automation equipment	20%
Furniture, fixtures and equipment	20%
Automotive equipment	25%

Leasehold improvements are depreciated on the straight-line basis over the remaining lease term. Property, plant and equipment includes assests purchased or under construction, all or a portion of which may not be in use at the end of the year. Assests under construction are depreciated when they are put in use and total $1 454 843 in 2006.

Retiring Allowances

Employees of the Corporation are entitled to a retirement allowance based on years of service and rate of pay in the year of retirement or death. This program is funded in the year the allowance is paid.

The cost of the retirement allowance earned by employees is actuarially determined using the projected benefit method pro-rated on service and management's best estimate of salary escalation and retirement age of employees.

The transitional liability related to the retirement allowance is amortized on a straight-line basis over the estimated remaining service period of the employees that participate in the plan (twelve years).

Any excess of the net actuarial gain (loss) over 10% of the benefit obligation is amortized over the estimated remaining service period of active employees.

Use of Estimates

The preparation of financial statements in conformity with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of the financial statements and the reported amounts of revenue and expenses during the reporting period. Actual results could differ from the estimates.

1. Inventories

	2006	2005
Spirits, wine, other beverages and beer	$ 16 301 667	$ 17 234 382
Supplies	212 321	146 587
	$ 16 513 988	**$ 17 380 969**

2. Deposit - Injured Workers

In conjunction with the conversion to the assessed basis of payment with the Workplace, Health, Safety and Compensation Commission (WHSCC), the Corporation has placed the sum of $1 000 000 on deposit in trust to cover the estimated cost of claims for employees injured prior to the conversion date of April 1, 2002. This deposit will be held for the period of June 1, 2002 to May 31, 2009 and accrues interest at WHSCC's accounting rate of return for the applicable year. Interest earned in 2006 was $80 886 ($78 959 in 2005). The actual cost of claims is deducted from the deposit in the year the expense is incurred. Actual costs for 2006 were $127 786 ($95 854 in 2005). At the end of the seven-year period or at any time prior, upon request of the Corporation, WHSCC will calculate the future costs associated with these claims, whereupon the Corporation will be responsible for a one-time payment of the amount. From that point forward, WHSCC will assume responsibility for the liability. It is anticipated that the amount currently on deposit will be sufficient to cover all future costs associated with injuries that occurred prior to April 1, 2002.

3. Property, Plant and Equipment

	Cost	Accumulated Depreciation	2006 Net	2005 Net
Land	$ 207 995		$ 207 995	$ 209 075
Paving	492 587	$ 457 972	34 615	57 642
Buildings	11 494 089	6 948 969	4 545 120	4 524 115
Leasehold improvements	5 620 179	3 572 795	2 047 384	1 880 108
Furniture, fixtures and equipment	9 786 225	8 079 309	1 706 916	1 350 781
Automotive equipment	229 872	175 388	54 484	96 078
Retail automation equipment	2 276 745	1 653 473	623 272	38 399
Software and services	4 578 921	2 696 571	1 882 350	1 616 612
Refrigeration equipment	3 281 152	2 557 443	723 709	745 250
	$ 37 967 765	**$ 26 141 920**	**$ 11 825 845**	**$10 518 060**

4. Employee Future Benefits

Pension Plan

Employees of the Corporation belong to the New Brunswick Public Service Superannuation Plan, a multi-employer, defined benefit pension plan. Contributions are made by both the Corporation and the employees. Since sufficient information is not readily available to account for the Corporation's participation in the plan using defined benefit pension plan accounting, these financial statements have been prepared using accounting rules for defined contribution pension plans. For the year ended March 31, 2006, the Corporation expensed contributions of $1 176 857 ($1 141 926 in 2005) under the terms of the Plan. The Corporation has no direct liability or entitlement to any unfunded liability or surplus in the Plan related to its current or former employees except as disclosed in Note 5.

Retiring Allowances

Included in accounts payable and accrued liabilities is an amount related to the retiring allowance plan. Information relating to the retirement allowance plan is as follows. This is based on the most recent actuarial valuation dated March 31, 2005:

	2006
Reconciliation of Accrued Benefit Obligation:	
Balance, beginning of year	$ 3 112 500
Current service cost	151 500
Interest cost	177 125
Benefits paid	(207 167)
Balance, end of year, and funded status - deficit	3 233 958
Less: Unamortized transitional obligation	1 200 000
Accrued benefit liability	**$ 2 033 958**

The Corporation's net benefit plan expense was $321 458 ($379 719 in 2005).

Significant actuarial assumptions used in determining the Corporation's accrued benefit obligation were a discount rate of 6.0% and a rate of salary escalation of 2.5%.

5. Pension Liability

Pursuant to a 1991 regulation under the Public Service Superannuation Act (NB), the New Brunswick Liquor Corporation was to contribute annually, until such time as the benefits were fully funded, sufficient amounts into the pension trust fund to amortize $7 900 000 of the pension liability. The amortization period was estimated to be twenty-five years. The amount of these payments increase each year at the rate of the Canadian Consumer Price Index plus 2%.

Through some of the payment period, experience gains had been identified by actuarial valuations of the Plan from 1992 to 1999 and these gains were amortized over the estimated remaining service life of active contributors. After March 31, 2000, no payments to the pension trust fund were made as a result of actuarial valuations that determined the Plan was fully funded.

The most recent actuarial valuation of the Plan as at April 1, 2005 determined that the Plan is not fully funded. The balance on the financial statements reflects the payments required under this regulation pending the next actuarial valuation scheduled for April 1, 2008.

	2006	2005
Pension liability	$ 1 330 996	$ 2 239 294
Current portion of pension liability	652 129	391 116
	$ 678 867	**$ 1 848 178**

6. Commitments

The Corporation leases buildings, premises and equipment under operating leases which expire at various dates between 2007 and 2017. Certain of these operating leases contain renewal options at the end of the initial lease term. The following is a schedule, by years, of future minimum lease payments required under operating leases that have, as of March 31, 2006, initial lease terms in excess of one year:

2007	$ 3 594 763
2008	3 411 532
2009	3 030 627
2010	2 796 758
2011	2 443 797
2012 to 2017	6 414 231
	$ 21 691 708

7. Total Sales

Total sales reported include sales to retail customers, licensed establishments and agency stores. These amounts do not include subsequent resale by licensed establishments and agency stores.

8. Financial Instruments

The Corporation's financial instruments consist of cash, accounts receivable, outstanding cheques in excess of funds on deposit, accounts payable and accrued liabilities and pension liability. It is management's opinion that the Corporation is not exposed to significant interest, currency or credit risks arising from these financial instruments. The fair value of these financial instruments approximates their carrying values.

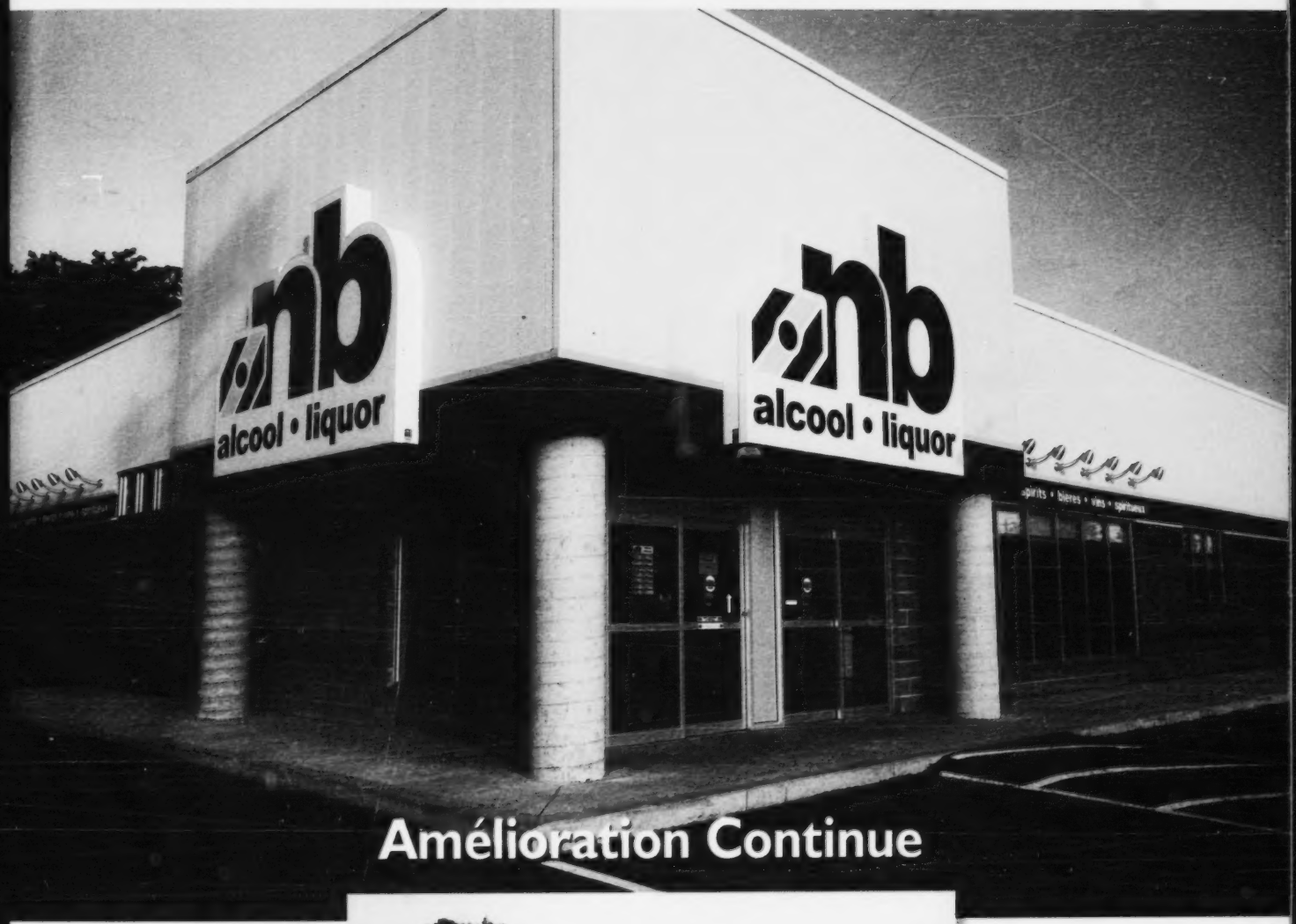
9. Related Party Transactions

These financial statements include the results of normal operating transactions with various Provincial Government controlled departments, agencies and Crown Corporations, with which the Corporation may be considered related.

10. Comparative Figures

Certain 2005 comparative figures have been reclassified to conform with the financial statement presentation adopted in 2006.

2006 Rapport Annuel



Amélioration Continue

Magasin Devon - Hier et Aujourd'hui

Conseil d'administration

Maurice Bastarache
Administrateur

Elizabeth Fairley
Secrétaire de la Société

Belinda Thebeau
Administratrice

Larry Jackson
Président du Conseil d'administration

Barbara Winsor
Présidente et Chef de la direction

Jean-Guy Marquis
Vice-président du Conseil d'administration

Gisele Basque-Roy
Administratrice

Bayne MacMillan
Administrateur

Cadres supérieurs

Rick Smith
Vice-président et Chef des finances

Mike O'Brien
Vice-président Chaine d'approvisionnement et installations

Jack Dorcas
Vice-président Directeur

Barbara Winsor
Présidente et Chef de la direction

Jane Washburn
Vice-présidente Ressources humaines et Rélations de travail

Brad Cameron
Vice-président Ventes et marketing

Fred Steeves
Vice-président Activités des magasins

nb alcool • liquor

ISSN 0704-2574

Rapport annuel 2006

L'honorable Jeannot Volpé
Ministre des Finances
Province du Nouveau-Brunswick
Fredericton, N.-B.

Monsieur le Ministre,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick, conformément à l'article 20 de la Loi sur la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick pour l'exercice terminé le 31 mars 2006.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments respectueux.

Président du Conseil d'administration,

Larry A. Jackson

Message de la Présidente

Il me fait plaisir de commencer en signalant que l'année financière 2005-2006 est notre neuvième année record d'affilée en termes de ventes et de rendement pour le Gouvernement et la population du Nouveau-Brunswick. Les ventes ont augmenté de 13 000 000 $ pour dépasser la barre des 344 000 000 $ grâce à une augmentation du volume dans toutes les catégories à l'exception de celle des «autres boissons». Les versements à la province ont dépassé 123 000 000 $ et nous sommes fiers de demeurer l'un des plus grands générateurs de revenus pour la province. Je tiens à remercier tous nos employés pour leur dévouement et leur bon travail qui ont permis à la Société de connaître une autre année couronnée de succès.

Cette année était la troisième de notre plan stratégique quinquennal élaboré à la fin de 2002. Notre plan nous a bien servis en guidant notre croissance et nos efforts au cours des trois années. La plupart des points de notre plan d'affaires pour 2005-2006 ont été complétés tel qu'indiqué dans le présent rapport. Les autres ont tous été incorporés dans des plans révisés de services qui seront complétés au cours de la prochaine année financière.

Le présent rapport annuel, intitulé *Amélioration Continue*, décrit un bon nombre des changements qui ont été apportés au cours de l'année pour améliorer nos activités.

ANBL a une nouvelle apparence et un nouveau plan d'aménagement. Les nouvelles normes de décoration ont été utilisées dans tous les projets majeurs de construction et de rénovation entrepris au cours de l'année. Nous avons également commencé la phase de mise en oeuvre du système de point de vente ainsi que du projet de remplacement d'équipement qui se terminera au cours de la prochaine année financière. Des améliorations majeures à la gestion de la chaîne d'approvisionnement ont été mises en place et elles ont rapporté des économies directes de coûts et une plus grande efficacité.

Pour une deuxième année consécutive, ANBL est fière d'avoir été nommée *Régie d'alcool de l'année* par la Opimian Society. Nous avons également reçu un prix de la Canadian Vintners Association pour notre dévouement et notre appui à l'industrie vinicole canadienne.

L'un des grands défis au cours des prochaines années pour ANBL sera de faire face à l'exode massive d'employés expérimentés en raison de retraites. Nous avons embauché une nouvelle Vice-présidente aux Ressources humaines cette année qui nous a aidé à prendre des démarches en 2005-2006 visant à nous préparer à relever ce défi. C'est un projet pour plusieurs années.

Il est important pour ANBL de commercialiser ses produits de façon responsable socialement et d'être un membre à part entière des communautés où nous travaillons. De nombreux projets qui sont décrits dans le présent rapport démontrent notre engagement croissant envers cet objectif. Au cours de la dernière année, nous avons défié 160 000 personnes qui semblaient être âgées de moins de 25 ans ou sous l'influence de l'alcool et nous avons refusé d'en servir 5 500.

Je tiens à remercier notre Conseil d'administration pour leur appui continu et leur soutien. Notre organisme continuera de s'améliorer et de progresser dans les secteurs suivants : service à la clientèle et efficacité opérationnelle améliorés, meilleure sélection de produits, magasins modernisés et mis à niveau, rentabilité optimisée et changement technologique.

Présidente et Chef de la direction,

Barbara Winsor

Revue de l'année

En 2005-2006, Alcool NB Liquor a poursuivi la mise en œuvre de notre plan stratégique quinquennal. Notre mission «d'être le meilleur détaillant de boissons alcoolisées au Canada» est demeurée à l'avant-plan de toutes nos décisions.

Pour atteindre notre mission, nous sommes engagés à :

- optimiser les profits pour nos actionnaires,
- répondre aux besoins de nos clients par la fourniture de produits et services de façon progressive et responsable,
- employer un personnel courtois, compétent et efficace pour assurer notre succès, et
- promouvoir l'utilisation responsable de nos produits et la conformité aux obligations légales.

Des buts pour cinq ans ont été établis pour nous aider à répondre à nos engagements :

- livrer 600 millions de dollars à la Province du Nouveau-Brunswick par l'entremise d'une vente au détail innovatrice et d'une exploitation efficace,
- créer un milieu d'amélioration continue au sein de la Société,
- atteindre 100 % de satisfaction de la clientèle,
- maintenir un personnel courtois, compétent et efficace et
- devenir un chef de file reconnu pour la prestation de programmes d'usage responsable des boissons alcoolisées dans la province.

• Livrer 600 millions de dollars à la Province du Nouveau-Brunswick par l'entremise d'une vente au détail innovatrice et d'une exploitation efficace

Notre service de la Chaîne d'approvisionnement a guidé un projet de gestion d'inventaire cette année qui a accru l'accent sur les besoins en réapprovisionnement de la Société. Avec ce système, il est facile d'accéder à toute l'information requise pour améliorer la position en stock de nos produits essentiels tout en gérant efficacement notre grand choix de produits de spécialité. Ce département est maintenant dans sa deuxième année et il continue de produire des améliorations considérables à la gestion globale de notre chaîne d'approvisionnement et de fournir des améliorations de service aux magasins d'ANBL et aux magasins de franchise.

Ci-dessus, on peut voir un grand nombre de nos employés de la Chaîne d'approvisionnement et des ventes et marketing qui assistent à une séance de formation pour diverses régies d'alcool sur la gestion des catégories.

Le service de fret maritime et de groupement et transport de fret a été formalisé et les contrats ont été accordés. En 2005-2006, ANBL a réalisé des économies de plus de 300 000 $ et a récemment exercé son option sur le contrat pour l'année 2006-2007. En plus des économies sur le fret, les délais de transit océanique ont été réduits en moyenne de 7 à 10 jours pour les produits et la visibilité dans le réseau de la chaîne d'approvisionnement global a été grandement améliorée.

D'autres contrats notables ont été accordés pour les services de fret intérieur canadien et pour la livraison sortante aux magasins d'ANBL et agents. Il y a eu des difficultés relativement aux frais de transport, plus particulièrement pour ce qui est du supplément carburant, qui a entraîné des dépenses accrues. La Chaîne d'approvisionnement se concentrera sur la maximisation des capacités de remorques pour augmenter l'efficacité en 2006-2007.

Les indicateurs clés de rendement de la Société ont été mis en œuvre au cours de l'année, tel que décrit plus loin dans le présent rapport. Ces indicateurs aideront la direction et le Conseil d'administration à surveiller les résultats et à devenir plus proactifs vis-à-vis les changements de notre marché.

Au cours de l'année, la somme de 123 159 923 $ a été transférée au gouvernement à partir de nos recettes et nous sommes bien avancés sur notre but de fournir 600 millions de dollars sur cinq ans. Des efforts considérables ont été mis de l'avant pour atteindre deux autres objectifs permanents : dépenses directes < 11 % des ventes (le chiffre réel était 10,98 %) et revenu net > 35 % des ventes (le chiffre réel était 36,65 %).

• Créer un milieu d'amélioration continue au sein de la Société

Le milieu d'amélioration continue est évident dans la conception et la présentation des nouveaux magasins d'ANBL. La commodité des clients est mise de l'avant dans les nouveaux magasins de la société sur le chemin Mountain (Moncton) et Devon Park (Fredericton). Le magasin Devon Park a fait un bon bout de chemin depuis son ouverture initiale en 1969. À cette époque, c'était le premier magasin d'alcool à libre-service au Canada.

L'équipe de projet de Point de vente a travaillé très fort au cours de la dernière année financière sur la phase de mise en oeuvre du projet qui sera terminée en 2006-2007.

De nombreuses années d'amélioration à la conception ont mené à la nouvelle apparence intérieure et au nouveau décor extérieur. L'intérieur du nouveau magasin Devon Park, qu'on peut voir plus loin dans le présent rapport, démontre des couleurs attrayantes et des caractéristiques décoratives qui visent à rendre la visite au magasin plus agréable. L'intérieur du magasin est disposé de façon à produire un débit circulaire de sorte que tous les produits soient affichés en évidence pour les clients. L'affichage stylisé est bien illuminé et bien localisé. La conception extérieure est moderne et accueillante. Le nouveau magasin Devon Park est un exemple de l'apparence des futurs magasins neufs ou rénovés, ce qui comprendra les prochains magasins à Edmundston, Grand-Sault et Fredericton qui ouvriront bientôt.

Les investissements additionnels comprenaient l'achat d'équipement de manutention pour huit magasins et des mises à niveau de l'affichage extérieur à Quispamsis, Hampton, Sackville, Riverview, Dieppe, prom. Elmwood (Moncton), Centre Commercial Westwind (Saint John) et Bathurst. Les magasins de Neguac et Grand Bay ont également été rénovés. La disponibilité de produits réfrigérés a grandement été améliorée par l'installation de chambre froides.

La nouvelle conception de l'affichage et d'apparence intérieur ont également été installées au Siège social à Fredericton. En outre, sept trousses d'affichage extérieur de magasins de franchise ont été mises à niveau selon les nouvelles normes. Nous avons l'intention de terminer la conversion de tous les magasins d'alcool avant la fin de l'année 2008-2009 et tous les agents un an plus tard.

Le complexe Siège social et l'entrepôt central a été construit en 1974. Il a été bien entretenu au fil des ans et continue de répondre aux besoins d'espace et d'exploitation de la Société. Cependant, comme pour tous les bâtiments, des travaux de réparations doivent être effectués. Au cours de la dernière année, la dernière phase des réparations à la structure du plancher de l'entrepôt a été effectuée. L'entrée pour camions et la sortie des baies de la plate-forme de chargement ont été élargies pour accommoder les remorques plus larges d'aujourd'hui.

L'installation de chauffage a été convertie au gaz naturel, ce qui a entraîné une réduction des émissions de la chaudière et des coûts d'exploitation. Cette conversion se conforme à l'initiative pour «Verdir le gouvernement» de la province et à l'objectif du Premier Ministre de voir le Nouveau-Brunswick réaliser la plus forte réduction de pollution de l'air et de l'eau au Canada dans cinq ans.

Trois nouveaux chariots à poste de conduite élevable ont été achetés pour la flotte de matériaux de manutention de l'entrepôt central. La flotte a été agrandie et améliorée au cours des dernières années afin de répondre aux exigences toujours croissantes relativement à la réception et l'expédition de produits. L'équipe d'exploitation de l'entrepôt a manipulé plus de 4,1 millions de caisses au cours de l'année, ce qui représente une amélioration de la productivité de plus de 12 % au cours de la dernière année financière.

L'exactitude de service et d'exécution de l'entrepôt, qui se situe à un taux de 99,7 %, a grandement facilité l'interruption de la vérification des commandes au niveau des magasins. Ce changement a entraîné une économie considérable en termes de salaires d'employés occasionnels. Les bris à l'entrepôt se situent à moins de 0,08 % des caisses totales manipulées. La mesure de produits «en stock» était d'environ 98,49 %, c'est-à-dire que seulement 1,51 % des produits étaient en rupture de stock, un taux qui fait l'envie

de la plupart des détaillants. D'autres mesures importantes qui ont été signalées au cours de l'année comprennent les taux de rotation des stocks de l'inventaire et le rendement des livraisons à temps.

Le développement de la prochaine génération du système de point de vente a progressé conformément au plan et au budget du projet. Même si la mise en œuvre n'ira de l'avant qu'au deuxième trimestre de 2006, les efforts et accomplissements de l'équipe du projet au cours de l'année 2005-2006, étaient tout simplement remarquables. L'infrastructure, les communications, les systèmes de paiement et les éléments matériels et logiciels ont été réunis en un système complet qui offrira un service amélioré à nos clients en magasins, aux établissements titulaires de permis, aux agents et aux usagers internes. Un nouveau système de comptes clients pour les agents a été élaboré et il sera lancé conjointement au nouveau système de point de vente. Ce système centralisera l'expédition, la facturation et le paiement subséquent des commandes pour les agents et permettra un contact individuel avec les agents ainsi qu'une surveillance plus attentive et constante de leurs commandes.

ANBL est également passée aux dernières étapes de la conversion à la norme des Codes universels de produits (CUP) pour l'identification des boissons alcoolisées, au niveau des unités de consommation et des contenants d'expédition. Les systèmes informatiques de la Société ont été mis à jour pour capitaliser sur les occasions d'améliorer le processus du CUP. Les derniers préparatifs sont terminés pour la mise en œuvre de systèmes de vente au détail poussés par le CUP et l'élimination totale d'identificateurs de produits classiques. Cet effort majeur de conversion pave la voie pour l'amélioration des processus dans tout l'organisme. Les consommateurs en bénéficieront grâce à une disponibilité améliorée des produits et à une plus grande vitesse et exactitude du traitement des transactions. Ce changement aura un impact positif sur la rentabilité grâce au maintien des coûts de transaction de vente au détail.

Les ordinateurs du Siège social ont été mis à niveau pour améliorer l'accès aux applications pour les usagers. La largeur de bande du réseau à notre réseau central a également été améliorée. Le rôle d'architecte du système/analyste d'entreprise a été rétabli et des améliorations ont aussi été apportées à la gestion des actifs.

L'introduction du nouveau système de point de vente, jumelée à la suppression de la transmission des données de transactions par carte de débit et crédit par Datapac ordinaire, a entraîné une révision complète de l'infrastructure du réseau et la conceptualisation de nouvelles conceptions. Tous les éléments utilisés pour fournir des transmissions fiables ont été évalués et de nombreux changements nécessaires ont été mis en place pour permettre à nos réseaux de fournir un accès rapide, la redondance et l'élimination de points de panne uniques. L'introduction de nouveaux éléments comme les dispositifs à radiofréquences et sans fils dans nos magasins a nécessité une analyse complète des menaces et risques. Ce service a été fourni par une firme de sécurité externe reconnue.

Les ajouts à l'Intranet d'ANBL au cours de la dernière année comprennent des mises à jour de l'application d'entrée de la feuille de temps, une meilleur méthode d'obtention des étiquettes d'étagères, un système de gestion des marques pour les festivals et un accès à plusieurs rapports et processus reliés aux finances et au personnel.

Un nouveau système a été mis en œuvre pour la réception de factures des brasseries par EED et leur chargement directement dans le système de paiement, ce qui élimine une quantité considérable d'intervention manuelle. Un nouveau système a aussi été mise en œuvre à la fin de l'année pour traiter les paiements à nos fournisseurs étrangers. Cette nouvelle méthode réduira grandement le temps requis pour traiter ces paiements tout en assurant un paiement plus rapide pour nos partenaires commerciaux.

• Atteindre 100 % de satisfaction de la clientèle

Une révision des réseaux de vente au détail des régies d'alcool de partout au pays et de leur rendement a été menée au cours de l'année. Notre analyse a révélé qu'ANBL se compare favorablement aux autres régies dans la plupart des secteurs du service et des finances. Ainsi, les voies de vente au détail au Nouveau-Brunswick demeureront inchangées pour l'avenir prochain.

Notre Présidente et des membres de notre équipe de la Chaine d'approvisionnement étaient très fiers de recevoir le prix de Régie d'alcool de l'année 2005 qui a été remis par l'Opimian Society.

L'impact jumelé des nouveaux magasins, des mises à niveau des installations, de l'amélioration à l'affichage et au décor, des heures d'ouverture prolongées et d'un renouvellement du positionnement des produits a mené à l'arrivée d'une ANBL nouvelle et améliorée! Les commentaires des clients et des partenaires de l'industrie sont extrêmement positifs. Notre but d'atteindre 100 % de satisfaction de la clientèle est définitivement à notre portée. C'est avec une grande fierté que nous avons accepté le prix de *Régie d'alcool de l'année* de l'Opimian Society pour une deuxième année d'affilée. C'est une reconnaissance majeure de la contribution des employés de la Société qui desservent cet important segment de la clientèle. La Société a également été honorée par la Canadian Vintners Association pour son appui à l'industrie vinicole canadienne.

ANBL a démontré son engagement envers la revitalisation du secteur des spiritueux grâce à son appui à une activité majeure de Spiritueux Canada. En effet le «Mois national des spiritueux» a été marqué en octobre 2005 par une plus grande visibilité en magasin des produits, des promotions, des recettes de cocktails et des concours. Cette promotion a aidé la Société à atteindre ses objectifs annuels de ventes de spiritueux et, ce qui est plus important encore, à tourner l'attention sur sa catégorie de produits la plus rentable. La promotion «Découvrez le monde des spiritueux» comprenait des grands présentoirs vivants sur les spiritueux ainsi qu'un concours national. La réponse au concours était extrêmement positive et la majorité des bulletins de participation ont été remplis par des clients de cette province et une personne du Nouveau-Brunswick a remporté un prix majeur. ANBL était très fière d'être reconnue comme l'organisme ayant le mieux exécuté cette activité et ayant obtenu les meilleurs résultats. Le Mois national des spiritueux n'était qu'un des éléments d'un plan de marketing remis à neuf pour ce secteur important de l'industrie. Une autre amélioration considérable était la mise en œuvre de normes de présentation des produits dans tous les magasins. Ceci assure une meilleure visibilité des spiritueux et représente un accomplissement majeur pour l'organisme en 2005-2006.

La présentation de nos produits de façon ordonnée et conviviale est une priorité pour la Société. Un programme de diagrammes de planification a été utilisé à diverses mesures dans les 51 magasins de la Société et le but est de terminer l'aménagement de tous les magasins au cours de la prochaine année financière. Nous sommes engagés à surveiller continuellement et améliorer les dispositions d'étagères en nous concentrant sur les exigences des clients.

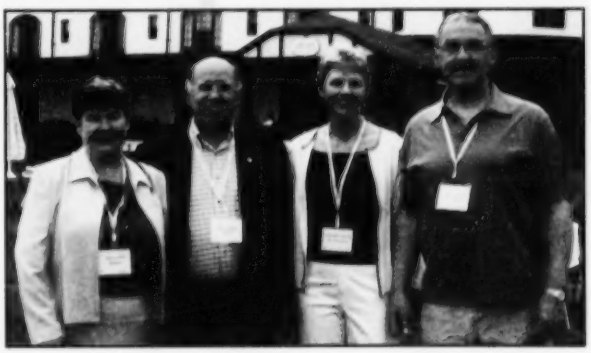
La base de connaissances de nos clients a été augmentée encore plus cette année grâce à une chronique dans un journal provincial axée principalement sur le vin et des apparitions sur une base régulière lors d'émissions de télévision locales et de la région Atlantique.

Le réseau de magasins de franchise consiste de 71 magasins, dont 16 étaient des nouveaux contrats ou des contrats renouvelés. Les communautés touchées étaient : Grande-Anse, Cambridge Narrows, Belledune, Balmoral, Arthurette, Bay du Vin, Richibucto-Village, Sainte-Anne-de-Madawaska, Memramcook, Hartland, Centreville, Welsford, Harcourt, Nackawic, Barnesville et Campobello.

En outre, des conventions de magasin de franchise de fabricant ont été signées à : St. Stephen, Pennfield Ridge, Moncton, Springfield, Fredericton, Baie Verte, Scoudouc, Memramcook et Gagetown.

Nous avons consulté nos partenaires des magasins de franchise au sujet d'une mise à niveau majeure de la chaîne d'approvisionnement. Lorsqu'elle sera mise en œuvre au complet en 2006, les commandes de magasins de franchise seront converties à l'Internet et le traitement des paiements pour les livraisons directes à l'agent deviendront une fonction centralisée. Cet effort considérable de l'équipe des Systèmes informatiques augmentera l'efficacité des opérations et le débit d'information à ANBL.

• Maintenir un personnel courtois, compétent et efficace



ANBL a accueilli l'assemblée annuelle de l'Association canadienne des régies d'alcool à St. Andrews au cours de l'été 2005.

Pour la première fois en dix-sept ans, ANBL a présenté des nouveaux membres à l'Équipe de cadres supérieurs, soit le Vice-président aux Ventes et marketing et la Vice-présidente aux Ressources humaines. Ces deux personnes se sont jointes à l'organisme en janvier 2006. Les deux départements sont actuellement en cours de révision en termes d'organisation et d'exploitation pour appuyer la direction stratégique d'ANBL.

Au cours de la dernière année ANBL a atteint un nouveau niveau en matière de relations de travail. Un prolongement de cinq ans de la convention collective actuelle a été négocié avant la date de renouvellement, une autre preuve de la réussite continue et du fort esprit de collaboration entre la direction et le syndicat. Les deux griefs reçus au cours de l'année financière ont été résolus sans avoir recours à l'arbitrage.

ANBL a tenu 53 concours, soit plus du double de l'année précédente. Cette augmentation découle principalement des retraites, des promotions et des transferts à l'interne.

Un système a été déployé pour tenir compte des niveaux de formation des employés et mettre à niveau les habiletés stratégiques par une formation en magasin, une rotation des tâches et des occasions de perfectionnement au travail. Un certain nombre de programmes de formation ont été offerts pour promouvoir l'auto-perfectionnement des employés, ce qui a mené à une main-d'œuvre plus confiante et compétente qui est essentielle à l'optimisation du service à la clientèle. Grâce aux efforts de coopération des représentants syndicaux et du personnel des Ressources humaines et à l'appui enthousiaste des employés des magasins, ANBL a établi des nouvelles normes d'emploi pour le personnel de vente au détail au cours de l'année. Ceci assure que nos clients desservis par nos employés d'aujourd'hui et de demain seront des associés en vente au détail qualifiés qui possèdent de l'expertise en produits et services offerts

par ANBL. La majorité de nos employés ont terminé ou sont inscrits aux cours d'Associé en vente au détail et de Superviseur premier niveau commandités par le Conseil canadien du commerce de détail.

La formation en connaissance des produits demeure un important élément avec un accent sur le jumelage du vin et des aliments et la préparation de cocktails. Les employés ont continué leur participation aux trois cours sur la connaissance des produits d'ANBL en plus de participer à plusieurs ateliers de formation internes et extérieurs, y compris un sur la préparation de cocktails. ANBL est également très fière de voir trois de ses employés avoir la certification de sommelier.

Les autres activités de formation comprennent la formation en langue seconde, en informatique, en sécurité avec les chariots élévateurs et en secourisme/RCR, ainsi que les tests sur le Manuel d'orientation.

Nous visons continuellement à fournir un service bilingue à nos clients conformément à notre responsabilité en vertu de la *Loi sur les langues officielles du Nouveau-Brunswick*. Notre habileté à offrir des services dans la langue de préférence des clients a été augmentée par une combinaison de recrutement et de formation. Nous n'avons reçu aucune plainte relativement à la langue de service au cours de l'année.

Afin de promouvoir le mieux-être des employés, des «Salons du mieux-être» régionaux ont eu lieu à Fredericton, Saint John et Moncton. La clinique d'inoculation annuelle a eu encore beaucoup de succès cette année et un bon nombre d'employés se sont présentés.

Alcool NB Liquor peut continuer de se vanter d'avoir un taux de rotation des employés de cinq pour cent. Ce sera un plus grand défi au cours des prochaines années lorsqu'on considère la composition démographique de notre personnel. En effet, un grand nombre d'employés seront admissibles à la retraite. Les problèmes d'emploi reliés et le besoin pour une stratégie de succession efficace ont contribué à un réalignement du département des Ressources humaines cette année. On prévoit que 50 % des employés d'aujourd'hui entreprendront leur période d'admissibilité à la retraite au cours des cinq prochaines années.

• Devenir un chef de file reconnu pour la prestation de programmes d'usage responsable de boissons alcoolisées dans la province

L'éducation de nos clients sur l'usage responsable des boissons alcoolisées est demeurée l'objectif principal des programmes de responsabilité sociale d'ANBL au cours de la dernière année. Ainsi nous avons élargi notre message traditionnel d'«Éviter l'alcool au volant» en 2005-2006 afin d'y inclure un programme pour véhicules hors-route. Les adeptes de la motoneige, des VTT et des bateaux de plaisance étaient la cible d'un programme éducatif offert par des annonces à la radio et à la télévision appuyées par des affiches en magasin. ANBL a dirigé cette campagne nationale hors-route en collaboration avec les autres régies d'alcool canadiennes.

ANBL et la section locale 963 du SCFP, l'agent représentant des employés syndiqués d'ANBL, ont uni leur force à nouveau pour commanditer une série d'annonces télévisées sur l'alcool au volant pour la saison des Fêtes.

Un autre problème sérieux pour les employés de nos établissements de vente au détail est d'éviter que l'alcool se trouve entre les mains de nos jeunes. Afin d'aider nos employés à cet égard, nous avons continué d'investir et d'utiliser la technologie sous forme de Terminaux à preuve d'identité pour décourager la vente de boissons alcoolisées aux personnes d'âge mineur. Ces dispositifs déterminent, à partir du permis de conduire, l'âge du détenteur du permis. En collaboration avec l'identification visuelle et d'autres documentations d'appui requises par le programme Check 25, nous avons refusé de vendre à 5 500 personnes au cours de la dernière année. Le programme Check 25 avise tous les jeunes adultes d'avoir des preuves d'identité afin d'obtenir un service garanti. Nos employés ont demandé des preuves d'identité à plus de 160 000 clients en 2005-2006. Nous avons également continué de travailler en collaboration avec la direction de la section locale 963 du SCFP, les dirigeants d'écoles et les groupes d'intérêt spéciaux pour travailler à éviter que les jeunes puissent se procurer de l'alcool. Ceci comprenait un programme de cartes de Noël MADD et un concours de coloriage de sacs qui présentaient clairement le message d'«Éviter l'alcool au volant» aux consommateurs.

Les employés d'ANBL se sont joints aux partenaires de l'industrie pour le huitième Tournoi de golf annuel de bienfaisance pour appuyer l'Association du Nouveau-Brunswick pour l'intégration communautaire. Plus de 15 000 $ ont été recueillis pour cette cause importante, ce qui porte à 130 000 $ la contribution aux bonnes causes de cette activité.

Nous avons continué de développer les relations établies et de fournir du soutien financier à l'Association des comptoirs alimentaires du Nouveau-Brunswick, à Échec au crime et au Centre Muriel McQueen Fergusson pour la recherche sur la violence familiale. De plus, la Société et ses clients ont fourni du soutien financier à divers organismes de bienfaisance par le biais de boîtes de collecte de dons, y compris 10 000 $ pour les victimes de l'ouragan Katrina.

GÉRANCE DE LA SOCIÉTÉ

Le Comité de vérification du Conseil d'administration a été formé pour aider le Conseil d'administration dans ses tâches relatives à :

- la qualité et l'intégrité des renseignements financiers,
- le rendement, les compétences et l'indépendance du vérificateur indépendant,
- le rendement de la fonction de vérification interne de la Société et
- la conformité de la Société aux exigences légales et de réglementation.

C'était la première année complète du Comité et de son mandat. Le plan annuel de vérification interne pour 2005-2006 a été approuvé par le Comité et un cycle de rapports trimestriels a été complété. La section de vérification interne a continué de développer les secteurs de couverture de vérification et d'améliorer le programme afin de mieux répondre à ses buts et objectifs.

Les Services de sécurité ont travaillé en étroite collaboration avec les Activités des magasins et la Vérification interne pour minimiser les déficits de la Société. Malgré un milieu de plus en plus complexe, ANBL a à nouveau atteint des résultats exceptionnels en termes de déficits. Afin d'appuyer les efforts de lutte contre le vol et, plus important encore, de protection des employés et clients, le réseau de caméras de surveillance d'ANBL sera mis à niveau à travers la province au cours de la prochaine année.

La Société a contracté des services de vérification externe, sous la surveillance du Comité de vérification au cours de l'année. La firme Grant Thornton LLP a été choisie comme vérificateur lors du processus d'appel d'offres.

La gestion du risque est demeurée une priorité puisque des travaux considérables ont été effectués pour mettre à jour le Plan de récupération en cas de sinistre et pour réviser la suffisance de la couverture d'assurance.

La responsabilité d'ANBL envers le gouvernement du Nouveau-Brunswick et la population de la province est renforcée par diverses exigences. Le rapport annuel est déposé à l'Assemblée législative et il est également disponible en ligne au www.anbl.com. Nos dossiers peuvent être consultés par le public en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information*. De plus, le Conseil de gestion doit approuver à l'avance toutes les dépenses de capital de plus de 100 000 $.

ANBL vient de terminer trois années de son plan stratégique quinquennal. La plupart des buts et objectifs compris dans le plan ont été atteints ou dépassés à ce jour. Nous sommes en très bonne posture pour faire face aux défis considérables de l'avenir et nous sommes confiants que ce succès se poursuivra grâce aux efforts dévoués de notre personnel et aux conseils précieux de notre Conseil d'administration.

Le nouveau magasin Devon Park à Fredericton est le plus récent exemple de la façon à laquelle la décoration intérieure et l'éclairage améliorent l'expérience des clients dans nos magasins. Comparativement à l'ancien magasin, il y a une illustration claire des résultats de nos démarches d'amélioration continue.

Les indicateurs clés de rendement

But stratégique	Mesure de rendement	2006 But	2006	2005
Livrer 600 millions de dollars à la Province du Nouveau-Brunswick par l'entremise d'une vente au detail innovatrice et d'une exploitation efficace	Revenu net comme pourcentage des ventes	36,00 %	36,65 %	36,80 %
	Ventes par client public	24,32 $	24,80 $	24,09 $
Créer un milieu d'amélioration continue au sein de la société	Dépenses totales comme pourcentage des ventes	11,28 %	11,14 %	11,14 %
	Taux de rotation des stocks de l'entrepôt		6,80 fois	6,91 fois
	Taux d'exactitude de livraison de l'entrepôt	99,50 %	99,72 %	99,50 %

Information d'exploitation

	2002	2003	2004	2005	2006
Nombre de magasins ANBL	49	49	49	50	51
Nombre de magasins de franchise	72	73	72	72	71
Nombre d'employés ANBL permanents	359	373	393	399	388
Nombre de produits régulier listés	1614	1813	1956	2125	2245

Statistiques de la consommation *(Âge légal)*

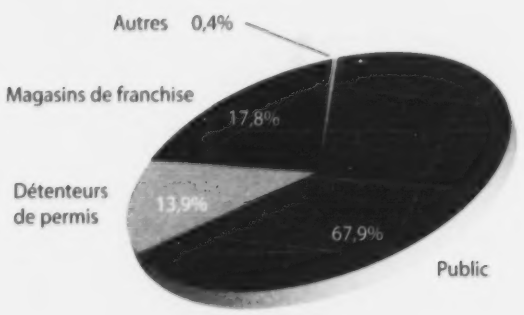
2006				2005		
Litres Total	Litres par Capita	Ventes par Litre		Litres Total	Litres par Capita	Ventes par Litre
2 879 915	4,87	27,14 $	Spiritueux	2 860 829	4,86	26,33 $
4 356 636	7,37	10,71	Vin	4 077 310	6,93	10,62
2 885 293	4,88	6,52	Autres boissons	2 935 974	4,99	6,46
51 152 414	86,49	3,92	Bière	50 603 071	86,01	3,82

Remis aux gouvernements

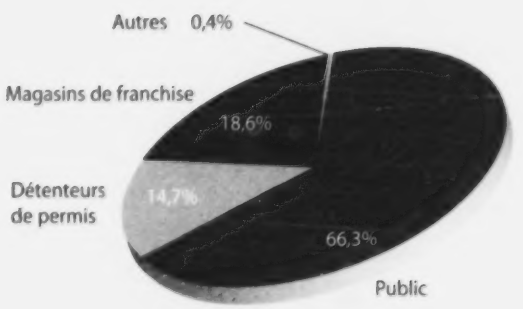
	2006	2005
Province du Nouveau-Brunswick		
Paiements provenant du bénéfice net	123 159 923 $	122 702 556 $
Fonds en Fiducie pour l'Environnement	1 417 832	1 250 269
Impôt perçu sur les immobilisations	371 426	374 711
	124 949 181	124 327 536
Gouvernement du Canada		
Taxe de vente harmonisée	27 131 134	26 298 255
Droits de taxe d'accise et douane	15 169 763	14 943 394
	42 300 897	41 241 649
	167 250 078 $	**165 569 185 $**

Ventes par source

2006

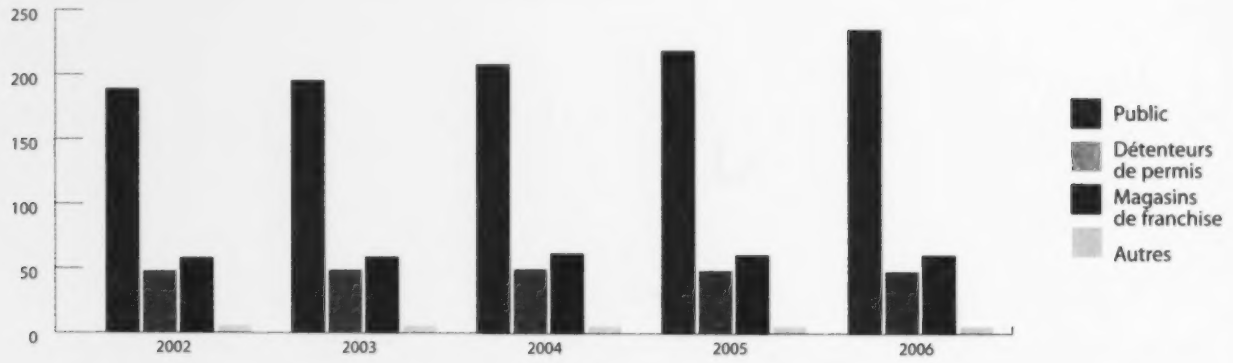


2005



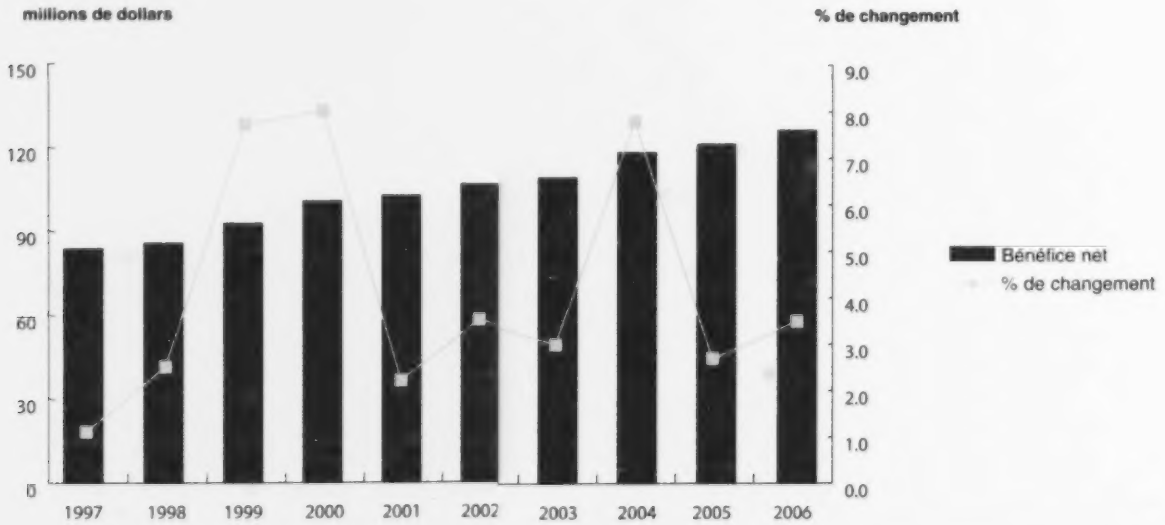
	2006		2005	
Public	233 547 646 $	67,9 %	219 654 583 $	66,3 %
Détenteurs de permis	47 932 516	13,9	48 721 487	14,7
Magasins de franchise	61 422 612	17,8	61 479 585	18,6
Autres	1 204 270	0,4	1 194 180	0,4
	344 107 044 $	**100,0 %**	**331 049 835 $**	**100,0 %**

Ventes par source (millions de dollars)



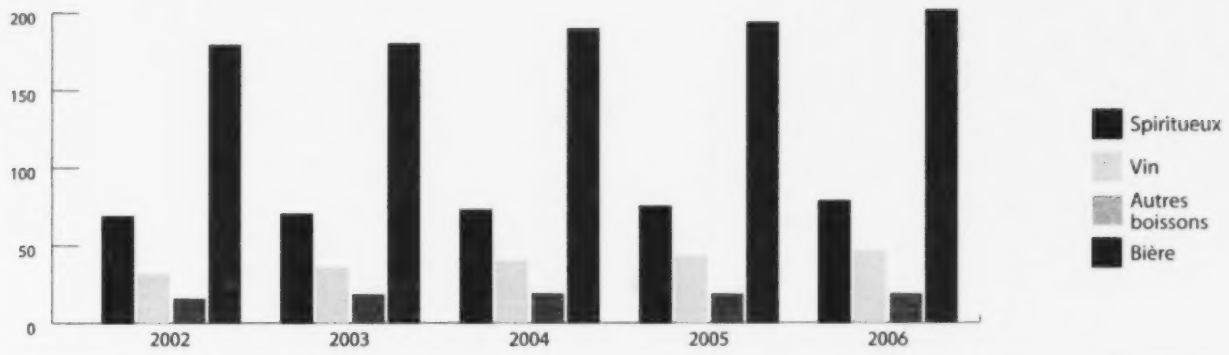
	2002	2003	2004	2005	2006
Public	189	196	209	220	234
Détenteurs de permis	48	49	50	49	48
Magasins de franchise	58	59	62	61	61
Autres	1	1	1	1	1

Information sur le bénéfice net



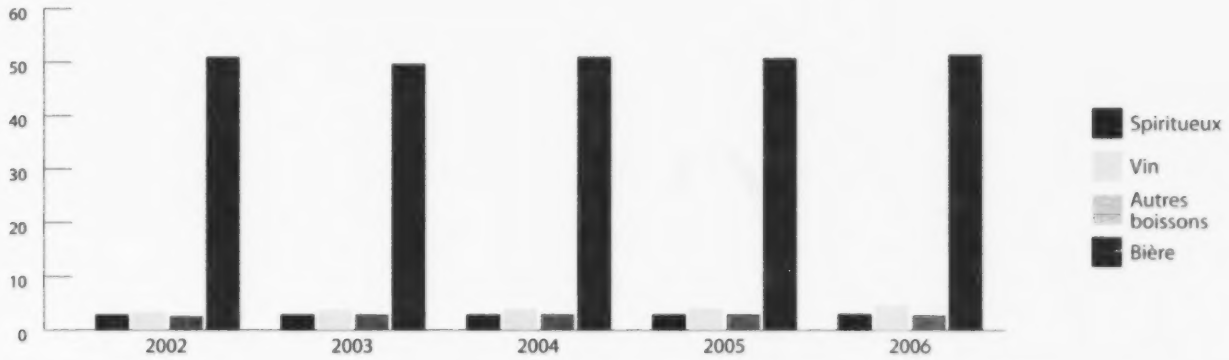
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Bénéfice net (millions de dollars)	84	86	93	101	103	107	110	119	122	126
% de changement	1,1	2,5	7,7	8,0	2,2	3,5	3,0	7,8	2,7	3,5

Ventes (millions de dollars)



	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	Total	% de changement (annuel)
2002	69,1	31,7	16,0	179,1	295,9	5,5 %
2003	70,5	35,9	18,7	179,9	305,0	3,1 %
2004	73,0	40,2	19,2	189,5	321,9	5,5 %
2005	75,3	43,3	19,0	193,4	331,0	2,8 %
2006	78,2	46,7	18,8	200,4	344,1	4,0 %

Litres vendus (millions de litres)



	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	Total	% de changement (annuel)
2002	2,83	3,40	2,59	50,86	59,68	4,0 %
2003	2,83	3,69	2,92	49,56	59,00	-1,1 %
2004	2,84	3,85	2,95	50,85	60,49	2,5 %
2005	2,86	4,08	2,94	50,60	60,48	0,0 %
2006	2,88	4,36	2,89	51,15	61,28	1,3 %

Carte d'emplacement

- ● Magasins de ventes au détail
- ▲ Magasins de franchise
- ○ Magasins de franchise – fabricants
- ■ Plusieurs magasins

Carte d'emplacement

- ● Magasins de ventes au détail
- ▲ Magasins de franchise
- ○ Magasins de franchise – fabricants
- ■ Plusieurs magasins

Ventes par localité

Localité	Public	Détenteurs de permis	Total
Bathurst (4)	9 548 255 $	1 402 850 $	10 951 105 $
Beresford	2 689 078	274 380	2 963 458
Bouctouche (2)	4 595 133	417 593	5 012 726
Bristol (2)	3 416 191	276 147	3 692 338
Campbellton (1)	3 018 355	848 805	3 867 160
Cap-Pelé	2 448 457	152 724	2 601 181
Caraquet (3)	6 517 404	1 039 591	7 556 995
Cocagne	1 596 398	206 868	1 803 266
Dalhousie (3)	5 382 482	495 451	5 877 933
Dieppe	13 842 260	4 517 590	18 359 850
Edmundston (3)	9 025 756	2 353 779	11 379 535
Ville de Fredericton		Rue King	
Centre Commercial Brookside (3)	11 527 794	4 213 666	15 741 460
Parc Devon (3)	3 752 746	513 965	4 266 711
Rue King	6 329 001	895 611	7 224 612
Rue Prospect	13 209 311	1 785 672	14 994 983
Rue Smythe	4 687 773	–	4 687 773
Total des magasins de Fredericton	39 506 625	7 408 914	46 915 539
Grand Bay (2)	4 084 879	301 327	4 386 206
Grand-Sault (4)	8 981 753	1 093 898	10 075 651
Grand Manan	1 228 058	93 931	1 321 989
Hampton (1)	4 765 961	182 315	4 948 276
Lamèque (1)	1 867 664	129 424	1 997 088
Minto (2)	3 306 130	150 790	3 456 920
Ville de Miramichi			
Chatham (2)	5 912 761	640 051	6 552 812
Newcastle (3)	9 134 236	1 143 902	10 278 138
Total des magasins de Miramichi	15 046 997	1 783 953	16 830 950
Ville de Moncton			
Promenade Elmwood (1)	7 778 696	2 551 309	10 330 005
Rue Main	1 021 990	–	1 021 990
Moncton North	4 376 844	202 558	4 579 402
Chemin Mountain (1)	10 014 462	3 261 744	13 276 206
St. George Boul.	4 588 731	682 916	5 271 647
Total des magasins de Moncton	27 780 723	6 698 527	34 479 250

Localité	Public	Détenteurs de permis	Total
Neguac	2 269 766 $	308 066 $	2 577 832 $
Oromocto (2)	8 585 707	1 201 399	9 787 106
Perth-Andover (2)	3 754 269	312 844	4 067 113
Petit Rocher	2 804 537	279 585	3 084 122
Quispamsis (1)	9 532 447	548 718	10 081 165
Richibucto (3)	6 183 269	660 474	6 843 743
Riverview (4)	10 881 255	1 758 466	12 639 721
Sackville (2)	5 722 204	580 204	6 302 408
Ville de Saint John			
Rue King	2 099 983	263 074	2 363 057
Centre Commercial Lansdowne	6 662 372	1 728 136	8 390 509
Centre Commercial Parkway (1)	11 199 519	2 167 866	13 367 385
Centre Commercial Prince Edward	4 070 853	1 396 323	5 467 176
Centre Commercial Westwind	7 852 531	1 996 077	9 848 608
Total des magasins de Saint John	31 885 258	7 551 476	39 436 734
St. Andrews	1 893 923	615 320	2 509 243
St. George (1)	3 514 236	175 634	3 689 870
St. Stephen (2)	5 595 746	455 496	6 051 242
Saint-Louis de Kent (1)	1 835 356	115 201	1 950 557
Shediac (1)	6 644 293	833 577	7 477 870
Shippagan (1)	2 784 772	296 822	3 081 594
Sussex (3)	6 878 046	685 860	7 563 906
Tracadie (2)	7 076 947	852 307	7 929 254
Woodstock (5)	8 074 744	843 793	8 918 537
Siège social	1 609 194	28 417	1 637 611
TOTAL	**296 174 528 $**	**47 932 516 $**	**344 107 044 $**

(#) Indique le nombre de magasins de franchise à cette location

Ventes aux magasins de franchise

Localité magasin de franchise	Localité ANBL	Ventes
Allardville	Bathurst	656 154 $
Alma	Riverview	448 025
Arthurette	Perth-Andover	368 676
Baie-Sainte-Anne	Chatham	787 473
Balmoral	Dalhousie	1 434 650
Barnesville	Quispamsis	909 184
Bay du Vin	Chatham	517 127
Belledune	Dalhousie	1 232 204
Blacks Harbour	St. George	1 082 333
Blackville	Newcastle	870 499
Boiestown	Devon Park, Fredericton	593 402
Brantville	Tracadie	1 564 804
Cambridge Narrows	Sussex	818 615
Campobello	St. Stephen	228 076
Canaan Forks	Sussex	159 361
Canterbury	Woodstock	385 178
Centreville	Bristol	1 028 913
Charlo	Dalhousie	929 872
Chipman	Minto	1 231 213
Clair	Edmundston	706 364
Debec	Woodstock	481 582
Doaktown	Devon Park, Fredericton	783 900
Dorchester	Sackville	338 018
Douglas Harbour	Minto	526 924
Dumfries	Woodstock	592 472
Fredericton Junction	Oromocto	1 113 544
Gagetown	Oromocto	633 502
Grande-Anse	Caraquet	825 253
Harcourt	Richibucto	539 993
Hartland	Woodstock	1 391 473
Harvey	Devon Park, Fredericton	1 058 207
Haute-Aboujagane	Shediac	807 504
Hillsborough	Riverview	946 382
Janeville	Bathurst	418 473
Juniper	Bristol	432 471
Kedgwick	Grand-Sault	1 185 981
Lac Baker	Edmundston	324 976
Lepreau	Grand Bay	1 003 523 $
Mactaquac	Centre Commercial Brookside, Fredericton	1 602 393
Maisonnette	Caraquet	369 083
McAdam	St. Stephen	534 723
Memramcook	Promenade Elmwood, Moncton	1 808 718
Miscou	Lameque	388 148
Nackawic	Woodstock	1 197 303
Norton	Hampton	1 522 169
Paquetville	Caraquet	1 908 055
Petitcodiac	Chemin Mountain, Moncton	1 723 308
Plaster Rock	Perth-Andover	1 164 023
Pointe-Sapin	Saint-Louis de Kent	320 170
Port Elgin	Sackville	1 739 926
Renous	Newcastle	896 837
Richibucto-Village	Richibucto	691 623
Riley Brook	Grand-Sault	260 583
Riverside-Albert	Riverview	403 448
Rogersville	Richibucto	1 423 088
Saint-Antoine	Bouctouche	1 888 648
Saint-Arthur	Campbellton	341 006
Saint-Isidore	Tracadie	851 139
Saint Paul	Bouctouche	438 878
Saint-Quentin	Grand-Sault	1 688 781
Saint-Sauveur	Bathurst	292 528
Sainte-Anne-de-Madawaska	Edmundston	752 211
Salisbury	Riverview	2 257 199
South Tetagouche	Bathurst	381 356
St. Leonard	Grand-Sault	823 284
St. Martins	Centre Commercial Parkway, Saint John	621 130
Stanley	Centre Commercial Brookside, Fredericton	792 855
Sunny Corner	Newcastle	1 156 618
Welsford (*)	Grand Bay	71 646
Youngs Cove	Sussex	521 923
Zealand	Centre Commercial Brookside, Fredericton	1 032 732
Agents fabricants	Siège social, Fredericton	200 779
TOTAL		**61 422 612 $**

(*) Le magasin de franchise a seulement ouvert ses portes en avril 2006 mais a acheté des produits à la fin du mois de mars.

170 chemin Wilsey Road
PO Box / C.P. 20787
Fredericton NB
Canada E3B 5B8

tel. / tél.: (506) 452-6826
fax. / téléc. : (506) 462-2024
www.anbl.com

RAPPORT DE LA DIRECTION

La collecte des données comptables fait partie intégrante des responsabilités de la direction de la Société à qui incombe également la responsabilité des états financiers ci-joints. Cette responsabilité comporte le choix de conventions comptables appropriées ainsi que la prise de décisions et l'établissement d'estimations qui soient conformesaux principes comptables canadiens généralement reconnus.

La Société maintient un système comptable et des contrôles connexes pour assurer la direction et le Conseil d'administration que les opérations sont effectuées et inscrites telles qu'elles ont été autorisées, que les éléments d'actif sont bien protégés et comptabilisés et que les registres comptables sont fiables et permettent de dresser les états financiers conformément aux principes comptables canadiens généralement reconnus.

Les données comptables publiées dans le présent rapport annuel sont conformes à celles des états financiers.

Présidente et Chef de la direction,

Barbara Winsor

Barbara Winsor

Vice-président et Chef des finances

Richard A. Smith, c.g.a., c.m.a.

Le 26 mai 2006

Grant Thornton LLP
Comptables agréés
Conseillers en gestion

Grant Thornton

Rapport des vérificateurs

Au conseil d'administration de la
Société des alcools du Nouveau-Brunswick

Nous avons vérifié le bilan de la **Société des alcools du Nouveau-Brunswick** au 31 mars 2006 et les états des résultats et des mouvements de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend un examen par sondages des informations probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous les égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 2006 ainsi que les résultats de son exploition et de ses mouvements de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Notre vérification a été effectuée pour nous permettre de nous former une opinion sur les états financiers de base pris dans leur ensemble. Les informations supplémentaires de l'exercice considéré qui figurent dans les tableaux, sont présentées en vue d'une analyse plus approfondie et ne constituent pas des éléments devant obligatoirement faire partie intégrante des états financiers de base. Ces informations supplémentaires ont été soumises aux procédés de vérification que nous avons appliqués dans le cadre de notre vérification des états financiers de base et, à notre avis, elles sont présentées fidèlement, à tous les égards importants, par rapport aux états financiers de base pris dans leur ensemble. Les chiffres du budget présentés à titre de comparaison avec les chiffres réels dans ces états financiers et ces tableaux supplémentaires ont été approuvés par le conseil d'administration et n'ont pas été vérifiés.

Les états financiers de l'exercice terminé le 31 mars 2005 ont été vérifiés par d'autres vérificateurs qui ont exprimé une opinion sans réserve sur ces états financiers dans leur rapport daté du 6 juin 2005.

Grant Thornton LLP

Fredericton (Nouveau-Brunswick)

Le 26 mai 2006

Comptables agréés

C.P. 1054
570, rue Queen
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5C2
T 506 458-8200
F 506 453-7029
E Fredericton@GrantThornton.ca
W www.GrantThornton.ca

Membre canadien de Grant Thornton International

Bilan

	LE 31 MARS 2006	LE 31 MARS 2005
ACTIF		
Actif à court terme		
Encaisse	940 596 $	172 940 $
Comptes clients	2 428 048	1 723 166
Stocks (note 1)	16 513 988	17 380 969
Frais payés d'avance	463 446	497 216
Total de l'actif à court terme	20 346 078	19 774 291
Frais reportés		
Dépôt – travailleurs blessés (note 2)	737 920	784 820
Immobilisations		
Propriétés, bâtiments et équipements (note 3)	11 825 845	10 518 060
Total de l'actif	**32 909 843 $**	**31 077 171 $**
PASSIF		
Passif à court terme		
Chèques en circulation en excédent des fonds en dépôt		1 867 026 $
Comptes fournisseurs et charges à payer (note 4)	16 925 663 $	15 280 747
Portion actuelle de la dette de pension	652 129	391 116
Total du passif à court terme	17 577 792	17 538 889
Dette à long terme		
Dette de pension (note 5)	678 867	1 848 178
AVOIR DE LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK		
Solde au début de l'exercice	11 690 104	12 568 058
Bénéfice net	126 123 003	121 824 602
	137 813 107	134 392 660
Paiements à la province du Nouveau-Brunswick	123 159 923	122 702 556
Solde à la fin de l'exercice	14 653 184	11 690 104
Total du passif et de l'avoir	**32 909 843 $**	**31 077 171 $**

Engagements (note 6)

Voir les notes afférentes aux états financiers

AU NOM DU CONSEIL D'ADMINISTRATION,

Administrateur

Administrateur

État des résultats

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2006	Réel 2006	Réel 2005
Ventes totales (note 7)	345 392 315 $	344 107 044 $	331 049 835 $
Moins les commissions	4 822 446	4 679 139	4 601 670
Ventes nettes	340 569 869	339 427 905	326 448 165
Coût des marchandises vendues	178 475 984	176 518 333	169 387 381
Bénéfice brut	162 093 885	162 909 572	157 060 784
Autres produits	1 206 600	1 557 575	1 644 730
	163 300 485	164 467 147	158 705 514
Charges d'exploitation	38 953 708	38 344 144	36 880 912
Bénéfice net	**124 346 777 $**	**126 123 003 $**	**121 824 602 $**

Voir les notes afférentes aux états financiers

État des mouvements de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars

FONDS PROVENANT DE L'EXPLOITATION	**2006**	**2005**
Bénéfice net	126 123 003 $	121 824 602$
Éléments hors caisse:		
Amortissement	1 916 040	1 753 376
(Gain) perte sur la vente de propriétés, bâtiments et équipements	12 043	(3 059)
Diminution des dépôts – travailleurs blessés	46 900	16 744
Évolution du fonds de roulement hors caisse	(26 241)	1 066 563
Diminution de la dette de pension	(908 298)	(268 113)
Fonds provenant de l'exploitation	127 163 447	124 390 113
DÉPENSES NETTES D'INVESTISSEMENT		
Acquisitions de propriétés, bâtiments et équipements	(3 469 992)	(1 860 835)
Produits de la vente de propriétés, bâtiments et équipements	234 124	17 748
Encaisse nette utilisée pour les dépenses d'investissement	(3 235 868)	(1 843 087)
PAIEMENTS À LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK	(123 159 923)	(122 702 556)
AUGMENTATION (DIMINUTION) DE L'ENCAISSE	767 656	(155 530)
ENCAISSE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	172 940	328 470
ENCAISSE À LA FIN DE L'EXERCICE	**940 596 $**	**172 940 $**

Voir les notes afférentes aux états financiers

TABLEAU DES VENTES

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2006	Réel 2006	Réel 2005
Spiritueux	77 500 847 $	78 165 020 $	75 324 164 $
Vin	45 692 860	46 670 572	43 304 492
Autres boissons	20 064 482	18 812 706	18 976 656
Bière	202 134 126	200 458 746	193 444 523
	345 392 315 $	**344 107 044 $**	**331 049 835 $**

TABLEAU DU COÛT DES MARCHANDISES VENDUES

Exercice terminé le 31 mars

	Spiritueux	Vin	Autres boissons	Bière	2006 Total	2005 Total
Stocks au début de l'exercice	5 605 736 $	6 570 060 $	1 123 765 $	3 934 821 $	17 234 382 $	17 177 055 $
Achats	18 356 044	16 100 459	7 832 357	115 261 232	157 550 092	151 873 319
Fret	656 780	1 473 505	465 126	270 352	2 865 763	2 627 995
Droits de douane et taxe d'accise	11 785 445	2 278 321	737 340	368 657	15 169 763	14 943 394
	36 404 005	26 422 345	10 158 588	119 835 062	192 820 000	186 621 763
Stocks à la fin de l'exercice	5 380 531	6 180 579	994 944	3 745 613	16 301 667	17 234 382
	31 023 474 $	**20 241 766 $**	**9 163 644 $**	**116 089 449 $**	**176 518 333 $**	**169 387 381 $**

TABLEAU DES AUTRES PRODUITS

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2006	Réel 2006	Réel 2005
Programmes de commercialisation	1 000 540 $	1 179 445 $	1 236 042 $
Produits tirés des importations privées	53 468	57 070	56 822
Commission sur la collecte de frais d'usager de titulaires de permis	–	–	3 340
Frais d'administration des coupons de bière	18 000	16 100	16 104
Consignes non remboursées	90 360	110 431	95 964
Abonnements aux rapports sur les ventes	11 200	8 515	11 230
Gain (perte) sur la vente de propriétés, bâtiments et équipements	(4 764)	(12 043)	3 059
Intérêts sur dépôt - travailleurs blessés	–	80 886	78 959
Divers	37 796	117 171	143 210
	1 206 600 $	**1 557 575 $**	**1 644 730 $**

TABLEAU DES CHARGES D'EXPLOITATION

Exercice terminé le 31 mars

	Budget 2006	Réel 2006	Réel 2005
Salaires – magasins, entrepôt et entretien	15 351 321 $	15 416 778 $	15 034 024 $
– administration	3 814 890	4 018 315	3 724 772
Avantages sociaux	4 940 027	4 592 217	4 749 426
Loyer	3 769 400	3 661 654	3 441 153
Chauffage et éclairage	1 112 661	1 127 659	1 087 249
Amortissement	2 100 442	1 916 040	1 753 376
Programmes de formation	176 249	165 163	149 003
Camionnage	779 400	881 317	731 215
Réparations des propriétés, bâtiments et équipements	552 710	502 360	470 563
Impôts fonciers	368 552	371 426	374 711
Matériel léger et fournitures	742 918	587 582	593 526
Service de sécurité	255 308	254 382	252 509
Entretien du système automatisé de vente au détail	256 090	268 083	259 755
Déplacements	332 924	266 220	283 460
Coûts du remboursement des consignes	528 588	607 491	532 230
Sacs	280 246	303 755	271 641
Traitement des données	381 054	234 341	305 906
Télécommunications	562 627	550 951	547 161
Exploitation des véhicules motorisés	44 290	50 331	48 307
Nettoyage	231 100	180 329	184 854
Articles manquants	52 800	62 225	58 815
Réunions de la direction	79 186	44 724	56 234
Affranchissement	82 900	80 273	79 450
Services professionnels	238 996	322 368	196 209
Frais bancaires	1 206 730	1 308 637	1 183 485
Fournitures et entretien de l'entrepôt	61 530	68 475	51 189
Assurance	85 000	75 383	77 447
Publicité et promotions	348 993	284 476	254 477
Rémunération des administrateurs	38 050	37 321	35 650
Autres	178 726	103 868	93 115
	38 953 708 $	**38 344 144 $**	**36 880 912 $**

Notes afférentes aux états financiers

Exercice terminé le 31 mars 2006

GÉNÉRALITÉS

Cette société d' État a été constituée en vertu de la Loi sur la Société des Alcools du Nouveau-Brunswick et sa principale activité commerciale est l'achat, la distribution et la vente de boissons alcoolisées dans toute la province du Nouveau-Brunswick.

SOMMAIRE DES PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Constatation de revenu

Les revenus sont constatés lorsque les biens sont vendus, que les obligations contractuelles sont satisfaites et que le montant peut être déterminé de façon raisonnable.

Stocks

Le stock de marchandises pour revente est évalué au prix coûtant qui est inférieur à la valeur de réalisation nette. Le stock de fournitures est évalué au prix coûtant.

Dépôt – travailleurs blessés

Le coût des réclamations pour employés blessés avant le 1er avril 2002 est déduit d'un dépôt détenu en fiducie auprès de la Commission de la santé, de la sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail et débité comme avantage d'un employé à mesure qu'il est engagé.

Propriétés, bâtiments et équipements

Les propriétés, bâtiments et équipements sont comptabilisés au prix coûtant. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire aux taux annuels suivants :

Bâtiments	2½ %
Pavage	10 %
Matériel de réfrigération	10 %
Logiciel et services	10 %
Matériel automatisé des magasins	20 %
Ameublement, agencements et matériel	20 %
Matériel roulant	25 %

Les améliorations locatives sont amorties selon la méthode de l'amortissement constant sur la durée restante du bail. Les propriétés, bâtiments et équipements comprennent l'actif acheté ou en construction, dont la totalité ou une portion n'est pas utilisée à la fin de l'exercice. L'actif en construction est amorti quand il commence à être utilisé et il totalisait 1 454 843 $ en 2006.

Allocations de retraite

Les employés de la Société ont droit a une allocation de retraite déterminée selon le nombre d'années de service et le taux de salaire au cours de l'année de retraite ou du décès. Ce programme est financé au cours de l'année où l'allocation est versée.

Le coût de l'allocation de retraite gagnée par les employés est déterminé par moyens actuariels en utilisant la méthode des bénéfices prévus proportionnellement au service et la meilleure estimation de la gestion du taux d'augmentation de salaire et de l'âge de la retraite des employés.

La responsabilité transitoire relative à l'allocation de retraite est amortie selon la méthode linéaire au cours de la période de service restante prévue des employés qui participent au régime (douze ans).

Tout excédent du gain (perte) actuariel net de plus de 10 % de l'obligation des bénéfices est amorti au cours de la période de service restante estimative des employés actifs.

Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers conformément aux principes comptables canadiens généralement reconnus exige que la direction fasse des estimations et qu'elle formule des hypothèses que influent sur les montants présentés de l'actif et du passif a la date des états financiers et sur les revenus et les charges présentes au cours de la période visée. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations.

1. Stocks

	2006	2005
Spiritueux, vin, autres boissons et bière	16 301 667 $	17 234 382 $
Fournitures	212 321	146 587
	16 513 988 $	**17 380 969 $**

2. Dépôt – travailleurs blessés

Conjointement au passage à la méthode d'évaluation pour le paiement à la Commission de la santé, de la sécurité et de l'indemnisation des accidents au travail (CSSIAT), la Société a fait un dépôt pour la somme de 1 000 000 $ en fiducie auprès de la CSSIAT pour couvrir le coût estimatif des réclamations des travailleurs blessés avant la date de conversion du 1er avril 2002. Ce dépôt sera détenu pour la période du 1er juin 2002 au 31 mai 2009 et il accumulera de l'intérêt au taux de rendement de la CSSIAT pour l'année qui s'applique. L'intérêt accumulé en 2006 était 80 886 $ (78 959 $ en 2005). Le coût total des réclamations est déduit du dépôt au cours de l'année où la dépense a eu lieu. Les coûts réels pour 2006 étaient 127 786 $ (95 854 $ en 2005). À la fin de la période de sept ans ou à tout moment auparavant, sur demande de la Société, la CSSIAT calculera les coûts futurs reliés à ces réclamations et la Société sera responsable du paiement forfaitaire de cette somme. À partir de ce moment, la CSSIAT assumera la responsabilité pour la dette. On prévoit que le montant en dépôt sera suffisant pour couvrir tous les coûts futurs reliés aux blessures qui ont eu lieu avant le 1er avril 2002.

3. Propriétés, bâtiments et équipements

	Prix coûtant	Amortissement cumulé	2006 Montant Net	2005 Montant Net
Terrains	207 995 $		207 995 $	209 075 $
Pavage	492 587	457 972 $	34 615	57 642
Bâtiments	11 494 089	6 948 969	4 545 120	4 524 115
Améliorations locatives	5 620 179	3 572 795	2 047 384	1 880 108
Ameublement, agencements et matériel	9 786 225	8 079 309	1 706 916	1 350 781
Matériel roulant	229 872	175 388	54 484	96 078
Matériel automatisé des magasins	2 276 745	1 653 473	623 272	38 399
Logiciel et services	4 578 921	2 696 571	1 882 350	1 616 612
Matériel de réfrigération	3 281 152	2 557 443	723 709	745 250
	37 967 765 $	**26 141 920 $**	**11 825 845 $**	**10 518 060 $**

4. Avantages sociaux futurs

Pension

Les employés de la Société participent au Régime de pension de retraite de la fonction publique de la province du Nouveau-Brunswick, que est un régime interentreprise à prestations définies. Les contributions sont faites par la Société et par les employés. Puisque les renseignements étaient insuffisants pour représenter la participation de la Société au régime selon la méthode de comptabilité de régime de retraite à prestations définies, les présents états financiers ont été préparés selon la méthode de comptabilité de régime de retraite à contributions définies. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2006, la Société a versé des contributions de 1 176 857 $ (1 141 926 $ en 2005) conformément aux modalités du regime. La Société n'a aucune obligation ni aucun droit de façon directe a l'égard de tout passif non capitalisé ou de tout excédent du regime relativement a ses employés anciens ou actuels sauf tel qu'indiqué dans la Note 5.

Allocations de retraite

Les comptes fournisseurs et les charges à payer comprennent une somme reliée au régime de retraite. L'information relative au régime d'allocation de retraite est comme suit. Ces chiffres sont établis selon la plus récente évaluation actuarielle en date du 31 mars 2005 :

	2006
Rapprochement de l'obligation au titre des prestations constituées :	
Solde, début de l'exercice	3 112 500 $
Coût des services actuels	151 500
Coûts d'intérêt	177 125
Prestations versées	(207 167)
Solde, fin de l'exercice et état capitalisé - déficit	3 233 958
Moins : Obligation transitoire non amortie	1 200 000
Passif au titre des prestations constituées	**2 033 958 $**

Les dépenses nettes de la Société relativement au régime de retraite étaient 321 458 $ (379 719 $ en 2005).

Les hypothèses actuarielles considérables utilisées lors du calcul de l'obligation au titre des prestations constituées de la Société comprenaient un taux de rabais de 6,0 % et un taux de hausse des salaires de 2,5%.

5. Dette de pension

Conformément à un règlement de 1991 de la Loi sur la pension de retraite dans les services publics (N.-B.), la Société des alcools du Nouveau-Brunswick devait faire une contribution annuelle, jusqu'à ce que les prestations soient financées au complet, des montants suffisants dans le fonds de fiducie de pension pour amortir la dette de pension de 7 900 000 $. La période d'amortissement était estimée à vingt-cinq ans. Le montant de ces paiements augmente annuellement au taux de l'Indice des prix à la consommation du Canada plus 2 %.

Au cours d'une partie de la période de paiement, les gains d'expérience ont été identifiés par des évaluations actuarielles du régime de 1992 à 1999 et ces gains ont été amortis sur la durée de service restante prévue des contribuables actifs. Après le 31 mars 2000, aucun versement n'a été effectué au fonds de fiducie de retraite en raison des évaluations actuarielles qui ont déterminé que le régime était financé au complet.

La plus récente évaluation actuarielle du régime au 1er avril 2005 a déterminé que le régime n'est pas financé complètement. Le solde des états financiers reflète les paiements requis en vertu de ce règlement en attendant la prochaine évaluation actuarielle prévue le 1er avril 2008.

	2006	**2005**
Dette de pension	1 330 996 $	2 239 294 $
Portion actuelle de la dette de pension	652 129	391 116
	678 867 $	**1 848 178 $**

6. Engagements

La Société loue des bâtiments ainsi que des locaux et du matériel conformément à des contrats de location-exploitation se terminant à diverses dates entre 2007 et 2017. Certains de ces contrats de location-exploitation sont assortis d'options de renouvellement à la fin de la durée initiale du bail. Le tableau suivant indique les paiements minimums exigibles au cours des exercices à venir en vertu des contrats de location-exploitation qui, au 31 mars 2006, ont une durée initiale de plus d'un an :

2007	3 594 763 $
2008	3 411 532
2009	3 030 627
2010	2 796 758
2011	2 443 797
2012 à 2017	6 414 231
	21 691 708 $

7. Ventes totales

Le total des ventes comprend les ventes au détail, aux établissements titulaires de licence et aux magasins de franchise. Ces montants ne tiennent pas compte de la revente par les établissements titulaires de licence et les magasins de franchise.

8. Instruments financiers

Les instruments financiers de la Société sont l'encaisse, les comptes clients, les chèques en circulation en excédent des fonds en dépôt, les comptes fournisseurs et charges à payer et la dette de pension. Il est de l'avis de la direction que la Société n'est pas exposée à des risques considérables d'intérêt, de devises ou de crédit découlant de ces instruments financiers. La juste valeur de ces instruments financiers est proche de leur valeur comptable.

9. Opérations entre parties apparentées

Les présents états financiers contiennent les résultats d'opérations faisant partie de l'exploitation ordinaire avec divers ministères, organismes et sociétés d'État contrôlés par le gouvernement provincial, auxquels la Société peut être considérée comme étant apparentée.

10. Chiffres donnés à des fins de comparaison

Certains chiffres correspondants de 2005 on été réagencés afin d'être conformes à la présentation des états financiers de 2006.